نجوم العلاقات

وفنون التأثير

تقديم
د. مانع بن حماد الجهني

تأليف
كمال شعبان عبدالعال







الناشر
دار الطرفين
www.tarafen.com
tarafen@maktoob.com

نجوم العلاقات

وفنون التأثير

تقديم : د. مانع بن حماد الجهني

تأليف: كمال بن شعبان عبد العال

الإهداء

إلى كل من شعر بأهمية الارتقاء
وتطوير الذات

إلى كل صاحب مبدأ يسعى إلى
النجاح والتفوق

إلى كل من تحلى بالأخلاق الحميدة
في تعامله مع الآخرين

إهداء خاص

إلى مقام والدي الأستاذ الكاتب

الأديب / شعبان جبريل عبد العال

الذي ضرب لي مثلاً واضحاً في حب

القراءة والبحث والتشجيع عليهما ..

أهداف الكتاب

١ - الدعوة إلى مكارم الأخلاق عن طريق العلاقات الإجتماعية .

٢ - توضيح أهمية العلاقات العامة لكل فرد أو مؤسسة .

٣ - الدعوة إلى فنون الكسب والتأثير بصدق دون غش أو خداع .

٤ - الدعوة إلى التحلي بصفات القدوة الحسنة في التعامل مع الآخرين .

* * *

مقدمة د. مانع بن حمّاد الجهني

طلب مني الأخ الكريم كمال شعبان عبد العال تقديم كتابه :

" نجوم العلاقات وفنون التأثير ". وبالرغم من أنني غير متخصص في العلاقات العامة، إلا أنني أحمل رغبة شديدة في أن تنتشر المفاهيم الحديثة في العلاقات العامة، ومهارة حسن التعامل مع الآخرين، والتأثير عليهم، بين أكبر قطاع ممكن من القراء عامة، وبين العاملين في الحقل الإسلامي بوجه خاص .

وقد اطلعت على الكتاب، ووجدته يقدم عرضاً مختصراً ومبسطاً لمفاهيم العلاقات العامة، من خلال تعريفها وبيان أهميتها، وجدواها وفنونها، وصفات القائمين بها في إطار الأخلاق الكريمة، والحرص على الكسب الحلال، البعيد عن الغش والخداع، وأهمية التحلي بما يجذب الناس من فكر وسلوك، ويحببهم في العمل الخيري . وقد أحسن المؤلف في تبيان المنهج النبوي في الإدارة والعلاقات العامة، من خلال

أمثلة مختصرة من سيرة الرسول الكريم ﷺ، وتعامله مع الآخرين .

ومما لاشك فيه أن الساحة تعج بالكتب المتخصصة، التي تعالج موضوع العلاقات العامة، وفنون الاتصال الجماهيري، والتأثير على الآخرين، مما يعرفه المتخصصون والمتابعون لهذا الحقل المعرفي . ولكن كثيراً من تلك الكتب قد لا تفيد القارىء العادي، مثلما يفيد كتاب الأخ كمال، وذلك لبساطته وبعده عن التعقيد، ولإفادته من الخبرة المباشرة التي مارسها المؤلف أثناء عمله مع إحدى الهيئات الخيرية : الندوة العالمية للشباب الإسلامي .

أسأل الله الكريم أن ينفع بهذا الكتاب، وأن يثيب مؤلفه على هذا الجهد الطيب، وأن يحقق الآمال المعقودة على الهيئات الإسلامية، لتقدم أفضل الخدمات للمسلمين في أنحاء العالم .

والله تعالى ولي التوفيق ...

الأمين العام للندوة العالمية للشباب الإسلامي

وعضو مجلس الشورى / د. مانع بن حماد الجهني

بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة :

الحمد لله الواحد الأحد ·· الفرد الصمد ·· الذي لم يلد ولم يولد ·· ولم يكن له كفواً أحد ··

والصلاة والسلام على المعلم الأول ·· والقائد الأمثل قدوة العالمين وسيد المرسلين ·· أما بعد :

فإن حاجة هذا الزمان ماسّة لمواكبة عصر التقدم والرقي، والتكنولوجيا الحديثة، وذلك لتطور العلوم وتحديثها، واكتشاف علوم جديدة تحتاج إلى إيضاح وبيان.

فعلوم الإدارة، والنجاح والتطوير الذاتي، وفن التعامل مع الآخرين، قد فرضت نفسها على ساحة هذا العصر وميدانه، فالعلم في تقدم، والجمود لا يواكب عصر الانطلاقة العلمية والتكنولوجيا العالمية · فالأساليب تتجدد وتواكب كل مرحلة بحد ذاتها · والمجتمع يفرض نفسه · والنفوس المتغيرة والمتجددة تحتاج لدراسة وعلم، لكي نتقن التعامل معها ...

والغرب قد أمسكوا بزمام هذا المضمار وحازوا فيه سبقاً وتقدماً ·· يفسر ذلك انخراطهم بأمور دنياهم بقدها وقديدها، ولا ضير أن نأخذ من علمهم هذا، كما جاء في سنن ابن ماجة : (عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْكَلِمَةُ الْحِكْمَةُ ضَالَّةُ الْمُؤْمِنِ حَيْثُمَا وَجَدَهَا فَهُوَ أَحَقُّ بِهَا)، على أن نأخذ ذلك العلم ونعرضه بميزان شرعي واضح، فنعرف غثه من سمينه، وطيبه من باطله: قال الله تعالى :

﴿ فَأَمَّا ٱلزَّبَدُ فَيَذْهَبُ جُفَآءً وَأَمَّا مَا يَنفَعُ ٱلنَّاسَ فَيَمْكُثُ فِى ٱلْأَرْضِ ﴾ [1] والاعتراف بالحق فضيلة، فلهذه العلوم أهميتها البالغة لديهم تنال بها الدرجات ·· وتقوم على بنائها الجامعات · وهذا ضعيف لدينا لظروف الأمكنة والأزمنة، وحجم الإهتمامات ·

ولا يختلف العقلاء ولا العارفون، أن لهذه العلوم أساساً واضحاً في كتاب الله وسنة نبيه ﷺ .

---

(١) سورة الرعد، الآية ١٧ .

وقد دعى الإسلام إلى حسن الإدارة والقيادة بالقدوة والأساليب المختلفة، كان النبي ﷺ خير مثل لها وخير قدوة فيها •

فالمتأمل في سيرته يتضح له جلياً فهمه للنفسيات، وحسن تعامله مع طبقات الناس المختلفة •• ويشاهد بوضوح حسن قيادته للأمة، وقد بناها من الصفر، وحول مجراها من عبادة الوثن ووأد البنات، إلى عبادة الله الواحد رب البريات •

وأتجه في هذا المبحث إلى موضوع جد هام وخطير، وهو طريق إلى النجاح الإداري لأي فرد أو مؤسسة : ذلك هو العلاقات العامة وفن التعامل مع الآخرين • فهو مجال خصب للرقي بأي عمل إلى التقدم والنجاح، والنهوض بأهدافها إلى سبيل التحقيق والفلاح : وهو كذلك مهم جداً لكل صاحب مبدأ وداعية، يحرص على توصيل ما لديه للآخرين، فمع تغير النفوس والأمزجة والمفاهيم والمستويات تتغير أساليب التعامل وفنون التأثير والكسب •

فالعلاقات العامة أصبح علماً لابد منه لتحقيق الأهداف المرجوة على مستوى الأفراد والمؤسسات والدول •

فكسب الرأي العام هو أفضل وسيلة للوصول إلى المراد والنيل به ••

فالعلاقات العامة كما يذكر خبراؤها، تتركب من الإعلام، والدعاية، وعلم الأخلاق، والاقتصاد، والإدارة •

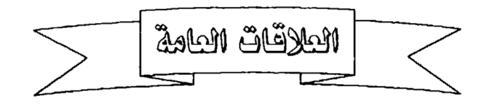
فهو علم واسع، نحاول إلقاء الضوء على بعض جوانبه من وجهة نظر معينة، نهدف من خلالها إلى رفع المستوى الادائي والإنتاجي للأفراد والمؤسسات •

وقد تم توزيع هذا المبحث إلى فصول أساسية، تخدم أهداف الإدارة والإعلام والاقتصاد، ومكارم الأخلاق، وفنون التعامل، وأساليب النجاح، وصفات أصحابه •

نسأل الله عز وجل أن يبارك في هذا الجهد وأن ينفع به، والحمد لله رب العالمين •

– المؤلف –

كمال شعبان عبد العال



العلاقات العامة كما يذكر خبراؤها تتركب من : الإعلام والدعاية وعلم الأخلاق والاقتصاد والإدارة

الإعلام..

الدعاية ..

علم الأخلاق..

الإقتصاد..

الإدارة..

الفصل الأول

الماهيّة والتعريف .

الأهمية والجدوى .

الماهيّة والتعريف

إن تعريف العلاقات العامة، يختلف باختلاف الزمان والمكان والنشاط المؤسسي، ومن الصعوبة بمكان إيجاد تعريف شامل وجامع للعلاقات العامة •

والتعريف السليم هو الذي يشتمل على الأهداف العامة، والوسائل والأدوات والعمليات، في كلمات متناسقة قليلة، توضح ذلك •

وسنعرض بعض التعاريف المتنوعة، والاستفادة منها جميعاً، لاستخراج تعريف شبه شامل وجامع بقدر الاستطاعة •" *فعلم العلاقات العامة يعتبر تطويراً لعلم الأخلاق والسلوك الاجتماعي، من حيث المعاملات عموماً، والمعاملات التجارية خصوصاً • فرجل العلاقات العامة، يهدف في الميدان التجاري إلى الحصول على أكبر ربح ممكن، بأقل تكلفة ممكنة؛ ولذلك فإن له دوراً كبيراً في تنظيم الإدارة، بطريقة تضمن الوصول للغرض من جميع الوجوه الأخرى : الإعلامية، والدعائية، والأخلاقية، والاقتصادية• ومعنى ذلك : أن رجل العلاقات هو المستشار الفني، الذي يرجع إليه المدير العام، أو مجلس الإدارة، في*

تخطيط السياسة العامة للمؤسسة، أو تعديلها، أو إعادة النظر في جوانبها " [١] .

• تعريف دائرة المعارف الأمريكية :

العلاقات العامة هي الفن الذي يقوم على التحليل والتأثير والتفسير لموضوع معين، سواء كان هذا الموضوع يدور حول فكرة، أو حول شخص، أو حول جماعة مّا، بقصد تهيئة السبل أمام الجماهير، لكي يعترف بالفائدة التي يتضمنها هذا الموضوع، وأنه يستفيد فعلاً من أداء ذلك •

• تعريف أدرمال باراديز :

العلاقات العامة في أوسع معانيها، هي التعامل الناجح مع الناس، للحصول على نجاح أو ربح ذاتي، وتتضمن أيضاً الاهتمام بنشاط يؤدي إلى منفعة الجمهور، وكسب ثقته وتأييده •

---

(١) بتصرف من كتاب العلاقات العامة والإعلام في الدول النامية.

• تعريف قاموس ويبستر الدولي :

العلاقات العامة هي أي نشاط من جانب المؤسسات الصناعية، والمهن المختلفة، والنقابات، والأجهزة الحكومية وغير الحكومية، يقصد به تكوين علاقات طيبة بالجماهير المختلفة، كالمستهلكين والموظفين وحملة الأسهم وغيرهم، حتى تكتسب رضاء المجتمع الذي تعيش فيه •

• تعريف ركس هارلو :

العلاقات العامة، علم وفن يستند إلى أسس علم الاجتماع الإنساني، ويسعى إلى تحسين العلاقات بين الناس لا في حياتهم الخاصة، و إنما في حياتهم الاجتماعية •

ومن خلال التعاريف السابقة يستنتج البعض هذه التعاريف [1]:

---

(١) بتصرف من كتاب العلاقات العامة والإعلام في الدول النامية.

إن العلاقات العامة علم مستقل تطبيقياً من العلوم الاجتماعية، يستند إلى نظريات علمية، وخبرات مقننة، وتجارب مدروسة، وتعتمد على مهارات خاصة في تطبيق النظريات المختلفة . وهي مجموعة من الأحداث المتتابعة المترابطة، تؤدي في النهاية إلى نتيجة مرغوبة .. وهي الوسيلة الهامة لتدريب وإعداد الجماهير، لتقبل أفكاراً وأراء جديدة . وهي التي تضمن التفاهم بين المؤسسات وجماهيرها.

- **تعريف مذكرة العلاقات والتسويق للندوة العالمية للشباب الإسلامي :**

هي عملية تواصل مستمر بين المؤسسة وعملائها، بهدف تعريفهم بالمؤسسة وخدماتها، واستطلاع آرائهم حول عملها وخدماتها، وذلك بغرض ترسيخ ثقتهم وتفاعلهم معها، وزيادة حجم التعامل معها .

وأضع بين أيدي القرّاء، تعريفاً مختصراً جامعاً، سهل الحفظ والفهم والاستيعاب، ويجمع بين جوانبه المتشعبة :

العلاقات العامة هي فن الكسب والتأثير، وتعميق روح التعاون والثقة بين المؤسسة والجمهور، والمحافظة عليهما .

التوضيح والشرح :

العلاقات هي عملية تعلق واتصال وترابط، وتنقسم في مجملها إلى علاقات عامة، وعلاقات خاصة . فالعلاقات الخاصة تعتبر جزءً من العلاقات العامة، حيث أن العموم يشمل الخصوص .

ومن أمثلة العلاقات الخاصة في هذا المجال، ما يحدث داخل المؤسسة وبين أفرادها، من البرامج الاجتماعية والثقافية والترفيهية، ويتفرع منها كذلك العلاقات القوية، التي تحدث مع شخص محدد، بحيث تصبح هناك علاقة خاصة به، تخدم مصالح شخصية متبادلة . .

وأما تعريف العلاقات العامة بأنها فن الكسب والتأثير، فيتضح بأن رجل العلاقات، يقوم بكسب الناس والتأثير عليهم، بطرق فنية أساسها الأخلاق الحسنة، وحسن

التعامل، وبشاشة الوجه والمحيّا، وفصاحة اللسان، واستخدام الطرق الاجتماعية لكسب الناس، كالدعوات والهدايا وغيرها، بحيث يضمن التأثير عليهم فيما يخدم المصالح العامة، والأهداف المرسومة لمؤسسته • ويحتاج ذلك إلى التدرج والتدريب والمصابرة والتحمل، حتى يتسنى له الوصول إلى مايريد •

وأما تعميق روح التعاون والثقة، فيحتاج بالدرجة الأولى إلى الوصول إلى ثقة الجمهور الذي يتعامل معه، ويكون ذلك بالصدق والإخلاص، والتفاني في توصيل الأهداف الصحيحة، دون كذب، أو تلاعب، أو غش، أو تغيير للحقيقة أو بعض أجزائها •

وتأتي الثقة بعد التجربة وكثرة التعامل، وتكرار العلاقة والزيارة والاتصال، واتخاذ وسائل العلاقات المختلفة • والثقة أساس العلاقات، فبدونها لن تقوم للعلاقات قائمة، ولن يكون لها دور فاعل وبارز وملموس • ومع وجود الثقة يبدأ التعاون الإيجابي بين المؤسسة والجمهور، وهذا التعاون هو خلاصة العلاقات ونتيجتها الملموسة • فبدء التعاون بين الطرفين دليل على نجاح العلاقات وثمرة جهد العاملين فيها •

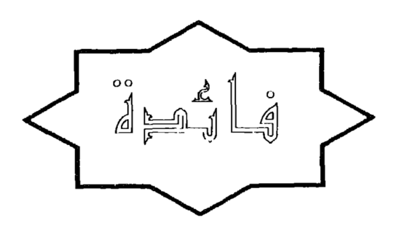
وتعميق الثقة والتعاون، يحتاج إلى مصابرة وتضحية، وبذل وحسن إدارة وتخطيط • والتعميق هو الوصول إلى أعلى درجات الثقة والتعاون، ولن يتم ذلك إلا بما سبق •

وتكون الثقة والتعاون بين المؤسسة والجمهور : أي بين صاحب العلاقات (ويمثل المؤسسة) وبين من يريد عمل علاقة وطيدة معه، سواء كان ذلك هو الرأي العام والمجتمع، أو كان أفراداً مخصوصين، أو كان مؤسسة، أو جهة أخرى ••

ومن أهم بنود هذا التعريف : المحافظة عليهما (أي الثقة والتعاون)، فلم يكن الوصول إليهما سهلاً أبداً : فقد بذلت في ذلك الجهود والأموال و الأوقات •

فالمحافظة على ذلك يعتبر من المهمات الجسام، والأساسات العظام •• *فالوصول إلى القمة صعب جداً، والأصعب منه هو الثبات عليها* •

لذلك يحتاج رجل العلاقات، أن يحرص على المحافظة على ثقة الجمهور وتعاونهم، ويكون ذلك باستمراره الدائم، في تأكيد وتعزيز الثقة، بمواصلة وسائل العلاقات المختلفة، وعرض الإنجازات والخدمات أولاً بأول •



كرم الإحسان، وصدق الإيمان، وخلق وبيان، تكسب الوجدان، وتملك الإنسان.

الأهمية والجدوى

إن للعلاقات العامة أهمية كبرى على مستوى الأفراد والمؤسسات والدول •• فعلى مستوى الأفراد، يهتم الفرد بتقوية علاقته بالآخرين، وكسبهم والرقي بتلك العلاقة حتى تصبح علاقة خاصة، يستطيع من خلالها الوصول إلى الهدف الذي رسمه من هذه العلاقة • والأهداف على مستوى الأفراد تختلف من شخص لآخر، فإما لكسب مصلحة مّا، أو لدفع مضرة، أو لتوصيل مبدءٍ أو فكرة ، أو علاقة صحبةٍ وأُخوة •• وغيرها •

وأما على مستوى المؤسسات •• فهي مهمة جداً لخدمة أهداف المؤسسة التجارية، والاقتصادية، والإعلامية، والتسويقية، وتعميق روح الثقة والتعاون بين المؤسسة والجمهور •• وترويج ما لديها على الجمهور، وكسب ثقتهم لاستمرارهم على التعاون مع هذه المؤسسة •

وأما أهمية العلاقات العامة على مستوى الدول، فتتمثل في كسب الرأي العام، وأخذ تأييد الجمهورلصالح الدولة ، وتنمية الشعور بالمسئولية لدى

المواطنين، وبالتالي تحويلهم إلى جمهور إيجابي متعاون مع الحكومة •

وبهذه الأمور تصبح للعلاقات العامة ووسائلها، الأهمية الكبرى للنجاح الإداري، والرقي إلى المستوى الأفضل••

• قارن وأنت الحكم !!!

وسنضرب مثلاً شهيراً يوضح أهمية دور العلاقات العامة، داخل المؤسسة وخارجها، وذلك المثل وضحه لنا خبراء العلاقات، وهو مثل شهير عن مصنعين متوسطين في منطقة قريبة من مدينة شيكاغو الأمريكية : فعلى الرغم من تشابه هذين المصنعين تماماً، من حيث الحجم والمنتجات، وعدد العمال، وقيمة الأجور التي تمنح لهم، فإن فكرة الجمهور عن المصنع الأول : أنه من أحسن ميادين العمل، ويشجعون على التعامل معه •

وأما فكرتهم عن المصنع الثاني فتتلخص في أنه جحيم لكل من يشتغل فيه أو يتصل به، وبينما يعج المصنع الثاني بالمشكلات والأزمات والإضرابات، إذا بالمصنع الأول يكاد لا يعرف من ذلك شيئاً يُذكر •

فعلى الرغم من أن الخصائص المادية لكل من المصنعين واحدة، فما هو سر الفرق و الاختلاف والنجاح والفشل؟!

يعرف السر من اطلع عن قرب عما يحدث بداخل كلا المصنعين، من ناحية الاهتمام بالعلاقات العامة ••

فالمصنع الثاني لا يهتم بشرح سياسته للعمال، ولا يصدر أي نشرة، ولا يقيم وزناً للترفيه عن العمال، وكسبهم بالبرامج الاجتماعية، أو التأمين الصحي والاجتماعي؛ ولا يخدم النقابات ولا يمنح معاشات، أو مكافآت، أو إعانات، أو علاوات تشجيعية، بل إن من رأي هذا المصنع أن الإعلان إسراف لا داعي له، وأن تشجيع النشاط الاجتماعي ترف وسخافة •

أما المصنع الأول فهو العكس من ذلك، تسوده روح الأسرة الواحدة، وتتسم فيه العلاقات بين الإدارة والمستخدمين بالتعاطف والوُدّ والصداقة، بالإضافة إلى برامج متعددة لأعلام العمال بنشاطه وميزانيته، وحالته المادية، ومشكلاته وأرباحه، وعلاقات المصنع بأهالي المنطقة، ويرحب المصنع بالأسئلة والاستفسارات والنقد والمقترحات، وعلاقته جيدة مع الصحافة والإذاعة ودور النشر، ويشجع العمال على الانضمام للأندية والمشاركة في أنشطتها الرياضية والاجتماعية والثقافية • وكذلك له دور بارز في توثيق الصلات والعلاقات بالعملاء والجماهير ••

ويُعلق الخبراء على هذين المثلين، بأن المجهود البشري هو أهم المجهودات في كل عمل، وهو يفوق الاهتمام بالآلات والمواد الخام والسلع وغيرها، وذلك لأن الإنسان هو المحور الرئيسي في كل نشاط فني، أو كتابي، أو يدوي، أو غير ذلك من أنواع المناشط •

وتتركز أهمية العلاقات العامة فيما يلي:

- **بلورة الأفكار وتقريبها للأذهان :**

فليست كل فكرة سهلة الفهم والاستيعاب، والوصول إلى أذهان الآخرين كما أرادها صاحبها •• فلذلك لا بد من تقريبها للأذهان وسهولة توصيلها للمتلقي ••

- **دراسة النفسيات:**

وهي نقطة هامة في العلاقات، حيث تركز على فهم النفسيات ودراستها، ومعرفة المداخل والمخارج، وطرق التعامل مع كل شخصية، أو فئة على حدة ••

- **معرفة طرق التأثير** :

وبالطبع، فلابد للعلاقات من معرفة تامة لطرق الكسب والتأثير على الآخرين، واتخاذ الوسائل المساعدة على ذلك، والتجديد والابتكار في فنون الطرق والوسائل المؤثرة على الآخرين •

- **قيادة وتوجيه الرأي العام :**

فالرأي العام له أهميته البالغة في توجيه المجتمع عموماً، فحسن التعامل معه وأساليب توجيهه وقيادته عن طريق العلاقات العامة، مطلب هام وجد خطير •

- **الوسائل والطرق للتعامل مع الرأي العام** :

والعلاقات تتقن ذلك فتعرف من أين تؤكل الكتف • فالتعامل مع الرأي العام والجمهور صعب المراس، يحتاج إلى استخدام أحدث وأصدق الوسائل لكسبه والتأثير عليه

• كسب الثقة والمحافظة عليها :

وهو من أهم النقاط التي تتركز أهمية العلاقات العامة عليها، فكسب الثقة أساس التعامل ومفتاح التأثير، والطريق الممهد للوصول إلى الأهداف والغايات من العلاقات، كما أن المحافظة على الثقة من أصعب المهمات •• فالوصول إلى القمة صعب، والأصعب منه المحافظة على القمة ••

• التخطيط المسبق ومعرفة الأهداف :

وهو أساس هام للعلاقات، فمعرفة الأهداف العامة، والأهداف المرحلية، والتخطيط من أجل الوصول إليها، هو أهمية كبرى لجهود العلاقات العامة •

• التقييم والتقويم المتكرر:

فتهتم إدارة العلاقات العامة، بتقييم عملها ومجهوداتها بين الحين والآخر، وبين الفينة والفينة، وإلى أي مدى يسير

العمل وتوجيهاته، وتقّوم مراحل العمل أولاً بأول، للمحافظة على الإيجابيات، وتفادي السلبيات • وهكذا ••

الجدوى بوضوح :

١- المساعدة في الوصول إلى الأهداف المرسومة •

٢- التوصل إلى التفوق والنجاح الإداري •

٣- تحقيق خطوات رائدة في مجال التنافس مع الآخرين •

٤- إيجاد الثقة المتبادلة مع العملاء •

٥- إيجاد علاقات قوية راسخة مع الجمهور والقطاعات المختلفة •

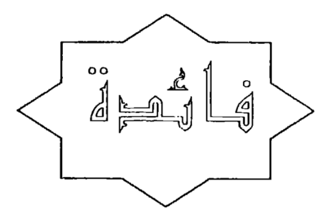
٦- المساعدة في إيجاد التعاون المثمر وترويج السلع والمنتجات •

٧- سهولة التأثير على المجتمع وتوصيل الأفكار •

٨- إيجاد البوق الإعلامي المباشر للمؤسسة •

٩- الخدمات الاقتصادية والاجتماعية •

١٠- تقوية البنية التحتية لتفعيل العاملين داخل المؤسسة •



العلاقات العامة هي القلب

النابض لكل مؤسسة تسعى

إلى التفوق والنجاح

الفصل الثاني

- مهام العلاقات العامة
- صفات رجل العلاقات
- كيف نبدأ علاقة جديدة وكيف نثبتها ؟!
- فنون العلاقات

(الأساليب والطرق)

مهام العلاقات العامة :

تتلخص مهام ووظائف العلاقات العامة فيما يلي :

١ – البحث •

٢ – التخطيط •

٣ – التنسيق •

٤ – الإدارة •

٥ – الإنتاج •

ويندرج تفصيل ذلك تحت المهام الأساسية التالية :

١ - التخطيط السليم وتحديد الأهداف :

تتشابه الأهداف العامة الأساسية للعلاقات العامة، لكنها قد تختلف في فروع وتفاصيل الأهداف من مؤسسة لأخرى، فتحديد ووضوح الأهداف والتخطيط السليم بناءً على ذلك، من المهام الأساسية للعلاقات •

٢ - تسهيل كل ما يمكن لخدمة الخطة والأهداف :

كتوفير الأدوات اللازمة وتسهيلات الإدارة والموافقة على تنفيذ الخطة وعدم الانشغال في ما عدا ذلك •

٣ - جمع البيانات وإنشاء مركز معلومات :

وتعتبر من أهم مهام العلاقات، فإنشاء مركز معلومات متكامل يخدم أهداف العلاقات، ويكون ذلك بجمع البيانات والمعلومات عن القطاعات المختلفة، والجهات والدوائر والأفراد الذين تهدف العلاقات الوصول إليهم والتعامل معهم • وتحتوي البيانات على كثير من المعلومات : كالأسماء والعناوين والهواتف والمجالات ومدى التعاون •• وغيرها.

٤ - النظر للمستقبل ومحاولة الوصول إلى آفاق بعيدة المدى :

ويتلخص ذلك في أن العلاقات العامة، تطمح في الوصول إلى أعلى المستويات وأحسن النتائج •

فبالمصابرة والاجتهاد، تستطيع العلاقات تحقيق كل ما تصبو إليه بإذن الله •

٥ - تنسيق مواعيد الزيارات :

فالعلاقات العامة عمل ميداني تقوم بالزيارات •

فمن مهام العلاقات تنسيق المواعيد وتنظيمها، ووضع آلياتها وتقديم الأهم على المهم •• وعادة ما يقوم بذلك : سكرتارية قسم العلاقات؛ ووجود السكرتارية هام جداً في تسهيل مهام العلاقات، لتنسيق المواعيد وحفظ البيانات والتذكير والطباعة •• وغيرها •

٦ - تنفيذ الزيارات :

وهي لب العلاقات، والقيمة الكبرى لها : اللقاء بالعملاء وزيارتهم، والالتزام بالمواعيد والمحافظة عليها، واستغلال الزيارة فيما يخدم الأهداف المرجوة، والتدرج في ذلك، وتكرارها دون إفراط أو تفريط •

٧ - تنسيق مواعيد الإستضافات :

لأن العلاقات العامة تقوم غالباً على الزيارات والاستضافات للعملاء، فتنسيق مواعيد الإستضافة مهمة من مهام العلاقات •

٨ - استقبال الاستضافات والوفود :

فمن المهم التواجد المبكر، والإعداد الجيد للاستضافة، وتوفير اللوازم الهامة لذلك، واستغلال ذلك فيما يخدم الأهداف المرسومة، والحرص عليها أشد الحرص : فوجود العميل لديك في دائرتك عامل مساعد لإنجاح علاقتك به •

٩ - إدارة اللقاءات والحفلات والإشراف عليها :

وعادة ما تستخدم برامج العلاقات العامة، تنظيم بعض الحفلات، واللقاءات الخاصة والعامة، بغرض التعريف والتوثيق وزيادة الكسب والثقة، وعرض آخر الإنجازات والتقارير • وتقوم العلاقات بتنظيم ذلك، وتوفير

الاحتياجات اللازمة والإشراف على إدارتها وتنظيمها والاستفادة منها •

١٠ - خدمة الروح الاجتماعية داخل المؤسسة :

ويكون ذلك بتنفيذ بعض البرامج الاجتماعية بين الأفراد، كالرحلات والمناسبات والزيارات المتبادلة، بغرض توثيق العلاقة فيما بينهم، مما يخدم مصلحة العمل بشكل إيجابي •

١١ - التعاون مع الموظفين في الأقسام الأخرى :

فرجل العلاقات يهمه جداً التعاون والتكاتف بين الموظفين وبين الأقسام المختلفة، فيما يخدم أهداف العلاقات

١٢- التشجيع على إيجاد نظام الحوافز والمكافآت :

وذلك لخدمة الموظفين، والتشجيع على الإنتاجية، والبذل والعطاء والتضحية •

ولنظام الحوافز والمكافآت الأثر الكبير في خدمة أهداف المؤسسة وإنتاجيتها، والرقي بمستواها إلى الأفضل •

١٣ - إيجاد علاقة وطيدة مع القطاعات والأفراد :

فمن أهم مهام العلاقات إيجاد تلك العلاقة الوطيدة مع الجهات المختلفة، والدوائر الحكومية والخاصة، وكذلك الأفراد المؤثرين، الذين بالإمكان الاستفادة منهم لصالح المؤسسة •

١٤ - إيجاد وتكوين سمعة جيدة للمؤسسة :

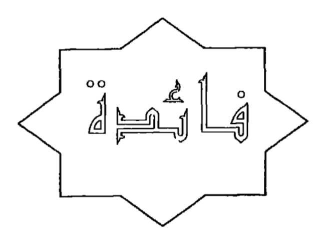
ويكون ذلك على مستوى القطاعات، والأفراد، والرأي العام، بتوضيح المصداقية والجودة، وحسن الأداء والتعامل •

١٥ - الاتصال بالجماهير لتوضيح سياسة الإدارة :

وذلك لزيادة الثقة والمصداقية وتوضيح الآفاق •

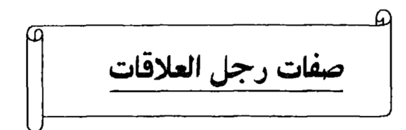
١٦ - دراسة اتجاهات الجمهور وقياس الرأي العام :

قياساً علمياً دقيقاً، وعرض النتائج على الإدارة، فمعرفة اتجاهات الجمهور أمر هام جداً، ينبني عليه تعديل كثير من الأمور والتوجهات، و الوسائل والطرق •



المقابلة الشخصية هي

القيمة الكبرى للعلاقات .



صفات رجل العلاقات

صفات رجل العلاقات كثيرة، فقد يكون من الصعوبة بمكان أن يتحلى بجميعها شخص واحد، ولكن لابد من توفر أغلبها في رجل العلاقات المرشح لهذه المهمة، وأن يكون حريصاً على التحلي بجميع هذه الصفات، والرقي بنفسه إلى ذلك •

١ - الإخلاص والصدق :

ويكون ذلك مع الله سبحانه وتعالى أولاً، فلو كان صادقاً مخلصاً مع خالقه وربه، مشهوداً له بالعبادة والطاعة والتقوى والورع •• فسيكون مخلصاً صادقاً في قلبه ولسانه، مع من يتعامل معهم •• وأميناً فيما عُهد إليه •

٢ - الخلق القويم :

إن الأخلاق الحسنة هي أكبر سرّ لنجاح الأفراد، فالخلق القويم، وحسن التعامل مع الآخرين بالآداب العامة، وسلامة الصدر والألفاظ، تعتبر الصفة الكبرى لرجل العلاقات •

٣ - استشعار أهمية ما يقوم به :

فلابد أن يعرف أنه يؤدي رسالة هامة، ويعكس صورة صادقة عن مؤسسته •• ولابد أن يعايش قضيته ويعرف أهمية دوره، إن كان يخدم مؤسسة تعمل في مجال دعوي، أو خيري، أو اجتماعي، أو اقتصادي، أو غير ذلك •

٤ - الصبر والحلم :

فالذي لا يصبر لا يصلح أن يكون رجل علاقات، فلابد من الهدوء والصبر، وعدم استعجال النتائج • كما أن الحلم على الآخرين والصبر عليهم، هي صفة مهمة لرجل العلاقات • فقد يواجه الكثير من المصاعب والكثير من السفهاء •• فلا بد من الصبر ولا بد من الحلم •

٥ - تحمل المسئولية :

وهي صفة لازمة، تظهر أهميتها في حجم الأعباء الملقاة على عاتق رجل العلاقات •• فلابد من تحمل هذه المسئولية وأخذها بحقها •

٦ - البشاشة التلقائية وعدم التكلف :

الابتسامة لا تفارق وجه رجل العلاقات، والبشاشة شعاره •• و اللطافة طريقته •• فبالتبسم، والطرافة، وعدم التكلف في ذلك، يستطيع أسْرَ القلوب وكسبها •

٧ - المظهر الجيد وحسن الهندام :

فهي من وسائل تقديره وإحترامه : لبسه أنيق ونظيف ومرتب، رائحته عطرة تسر جليسه وتفرحه ••

ولا أظنني سأتخيل رجل علاقات بثوب متسخ، وملابس مقطوعة، ورائحة كريهة، فمن سيحترمه ويقدره ويسمع

لكلامه ورسالته؟ ولو كان أديباً أَلْمعياً، إلا بإشمئزاز ونقد وعدم تقبل •

٨ - الثقافة والإطلاع العام :

وهذه النقطة هامة لكي تساعد صاحب العلاقات على كسب الناس، فلابد أن يكون مطلعاً مثقفاً، يعرف من كل بحر قطرات •• ومن كل بستان زهرات •• يقرأ في الكتب والصحف والمجلات •• له معرفة جيدة منوعة في علوم الدين والدنيا، والثقافة العامة •• فبذلك يطيب مجلسه ولا يمل كلامه •

٩ - القدرة على التخطيط السليم :

فلابد له من قدرة على التخطيط السليم لعمله ولمؤسسته، وفهم لأهدافها ووسائل تحقيقها •

١٠ - الشجاعة الأدبية، وأن يكون متحدثاً لبقاً :

وهو أمر مهم، لأنه شخص يحاور الآخرين ويتحدث معهم، ويستقبل الوفود، ويوصل سياسة مؤسسته للرأي العام والجمهور، فلابد من الشجاعة الأدبية واستخدام الألفاظ والعبارات اللبقة في التحدث مع الآخرين •

١١ - الذكاء والفطنة :

ورجل العلاقات ذكي فطن •• يفهم بعض بَواطن الأمور، ويقيس ويستنتج، ويحاول بهما الوصول إلى المستوى الأفضل لإدارته ونجاحاتها •

١٢ - الثقة بالنفس وعدم التردد :

فهو شخص واثق بنفسه يعرف جهدها ومكانتها، غير متردد ولا متخوف من عواقب الأمور.

كما يقول الشاعر :

إذا كنت ذا رأي فكن ذا عزيمة   فإن فساد الرأي أن تترددا

وكما يقول الآخر :

كم واثق بالنفس نهاض بها   ساد البرية فيها وهو عصام

١٣ - احترام الموعد وتقدير الآخرين:

وهي صفة هامة، فتقدير الآخرين باحترام مواعيدهم المبرمة، هو أمر هام في إيجاد الثقة وكسبها ٠ فتخيل رجل علاقات يبرم موعداً مع شخص هام، ولعمل هام ٠٠ ومن ثم يتأخر عن الموعد، والآخر ينتظره ويعطل أعماله من أجله، فكيف تكون نظرته عن صاحبنا ٠

فاحترام الموعد شيء مهم وخطير، وتقدير الآخرين شيء مهم كذلك ٠

١٤ - حسن التصرف والقدرة على تحليل المشكلات وتجاوزها :

فرجل العلاقات يحسن التصرف فيما يواجهه من مشكلات، ويحلل المشكلات قبل وأثناء وقوعها ٠ فقد يواجهه شيء من التعصب والكراهية، والعقد النفسية، والأمزجة المختلفة، وسوء الرد والألفاظ، فيمن يحاول عمل علاقة وطيدة بهم ٠ فلابد أن يكون لبقاً يحسن التصرف،

يعرف كيف يخرج من المأزق بطريقة لبقة مناسبة، وكيف يستطيع تحليل تلك المشكلة وتجاوزها ..

فطريقه مليء بالصعوبات، وهكذا طريق كل من يواجه الناس ويتعامل معهم، وقد قال النبي ﷺ **(الْمُؤْمِنُ الَّذِي يُخَالِطُ النَّاسَ وَيَصْبِرُ عَلَى أَذَاهُمْ أَعْظَمُ أَجْرًا مِنْ الْمُؤْمِنِ الَّذِي لا يُخَالِطُ النَّاسَ وَلا يَصْبِرُ عَلَى أَذَاهُمْ)** (١) .

١٥ - القدرة على القيادة والإدارة :

فلابد لرجل العلاقات أن يكون قائداً، وإدارياً لقيادة إدارته التي يعمل فيها أولاً، ثم لقيادة الرأي العام ومن يتعامل معهم نحو أهدافه ووسائله، فيكون مطلعاً على علوم الإدارة و القيادة، مجرباً لها .

١٦- الاتزان والنضج الانفعالي :

---

(١) ابن ماجه ٤٠٣٢ عن ابن عمر.

لابد أن يكون متزناً، لا تصدر منه بعض الحركات المخلة باتزانه وشخصيته أمام الآخرين •• ويعرف كيف يتصرف حال الانفعال بهدوء وتمالك للأعصاب •

١٧- النظرة الموضوعية للأمور :

ينظر رجل العلاقات نظرة موضوعية مدروسة، غير متشائمة ولا مبالغ فيها، فهي نظرة موضوعية وسطية واقعية، يستطيع من خلالها الحكم بوضوح على الأشياء، ومن ثم يستطيع التصرف والتنفيذ على أساس واضح •

١٨- فهم النفسيات :

فمطلوب من رجل العلاقات أن يكون خبيراً بالنفس البشرية، دارساً لاستجابتها، لأن تفهمه لنفسيات من يتعامل معهم، سينجح علاقته بهم، ويحسن التصرف معهم فيتعامل مع كل نفسية بما يناسبها •

١٩ - القدرة على التأثير في الناس :

وينبغي أن يكون لديه القدرة على التأثير في الناس ببشاشته وشخصيته، والوسائل التي يتخذها في تأثيره على الناس، بحيث يكون رجلاً جذاباً ذا شخصية مميزة، تؤثر في الآخرين، وسيكون لهذه النقطة تفصيلها فيما بعد ..

٢٠ - القدرة على الإقناع :

وهي نقطة مهمة جداً، وصفة هامة لرجل العلاقات . فهي الأسلوب الناجح الذي يتخذه لإيصال ما يريده إلى الآخرين، وإقناعهم بأهدافه ووسائله .. عن طريق المحاورة والبلاغة والأساليب الآخرى ..

٢١ - الدقة والإيجاز :

فهي صفة هامة يتحلى بها رجل العلاقات، بحيث يكون منظماً دقيقاً في أموره، يهتم بالإيجاز والاختصار، لأن حجم أعبائه لا يسمح بالإسهاب والتفصيل في كل شيء .. وكذلك هو يهتم بالإيجاز أثناء مقابلته الشخصية للآخرين،

محافظة على أوقاتهم وعلى أوقاته هو كذلك، لأن الإطالة تجلب الإملال •• والإملال يجلب سوء العلاقة •

٢٢ - إجادة الكتابة والتعبير :

فثُلمة على رجل العلاقات، أن يكون سيئ الإملاء والخط، لا يحسن الصياغة والتعبير • ولا يستطيع توصيل المعلومة التي لديه مسموعة أو مكتوبة •• فلابد أن يحرص على تعلم ذلك وإجادته، وتزيده ثقة وقوة كرجل علاقات ناجح وقالوا في الحكمة : " الخط للعالِم كمال، وللأمير جمال وللفقير مال "•

٢٣- سلاسة الأسلوب وتنظيم الأفكار :

وهي مهمة جداً أن يكون رجل العلاقات صاحب أسلوب سهل بسيط، يفهمه كل من يسمعه أو يقرأه، فسلاسة الأسلوب، وتنظيم الأفكار ووضوحها في أثناء الحديث أو الكتابة، أمر هام جداً ليتقبل الآخرين ••

٢٤- قوة الشخصية :

وهي من صفات رجل العلاقات الناجح، فهو قوي الشخصية معروف بذلك، لا يعرو شخصيته الضعف والذل والخور، بل القوة والعزة والثبات والثقة دائماً وأبداً ••

٢٥- الذوق السليم والقدرة على النقد الفني :

يعرف الذوق السليم وهو من أصحابه المعروفين به، فالذوق صفة هامة لمن يتعامل مع الناس، وما أسوأ قلة الذوق والاستهانة بأموره، وهي صفة جميلة ترقى بصاحبها إلى تحسس ومعرفة الأمور، التي قد تكون بسيطة عند البعض، ولكنها تسيء إلى الآخرين، وتدل على قلة الذوق كما أن لديه القدرة على النقد الفني في مثل هذه الأمور وغيرها، بأسلوب لبق مميز ••

والقدرة على النقد هي صفة مهمة تميز صاحبها، بحيث يكون نقداً بنّاءً، وبأسلوب جيد ••

٢٦- عرض أخبار المؤسسة عرضاً شيقاً جذاباً :

وهي صفة مهمة كذلك، بحيث يتميز بعرضٍ شيقٍ جذابٍ مميز لأخبار مؤسسته، مستخدماً في ذلك وسائل الفصاحة وحسن الأسلوب، والوسائل العلمية والتكنولوجية : كعرض الفيديو والبروجوكتور والكمبيوتر، واستخدام الصوت والصورة بأسلوب شيق، وفي وقت قياسي لا يمل المستمع أو المشاهد •

٢٧- الدراسة المستمرة باتجاهات الرأي العام :

وتختلف اتجاهات الرأي العام من وقت لآخر، ومن مكان لآخر • والرأي العام يشكل أهمية كبرى للمؤسسة ولرجل العلاقات بشكل خاص، ولذلك لابد له من تقديم دراسة مستمرة باتجاهات الرأي العام، ووضع الخطط حول كيفية التعامل مع كل اتجاه ••

٢٨- الدراية بالظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية المحيطة :

فلا بد له من دراية وإطلاع جيد، حول ما يجري حول مؤسسته، من ظروف سياسية، واقتصادية، واجتماعية، يساعده ذلك في حديثه مع الناس، وفهمه للظروف المحيطة بعمله ومؤسسته ••



الأخلاق الحسنة أساس كل نجاح

" احرص على من يقابل الجمهور فهو من يؤدي رسالتك ويوصلها "

كيف نبدأ علاقة جديدة وكيف نثبتها؟!

إن هذا الموضوع يختلف من شخص لآخر، وجوانبه كثيرة ومتشعبة، وسنلقي الضوء عليه من وجهة نظرٍ معينة ومختصرة، لتناسب المقام وتتسق مع فصول هذا الكتاب ••
وينقسم ذلك إلى ثلاثة مراحل أساسية :

أولاً : مرحلة جمع المعلومات :

وهي مرحلة هامة جداً، وقد يقول قائل بأننا لسنا بحاجة إليها، ونكتفي بالمقابلة الشخصية مباشرة، فنقول بأننا نطمح لإقامة علاقة قوية مميزة، وإقامة مقابلة شخصية هادفة بما تحمله هذه الكلمة من معاني، وليس القيام بمقابلة جافة قد تنتج وقد لا تنتج !! فهذه المرحلة تعتبر هامة جداً في جمع المعلومات عن الشخص الذي سنقابله، وفي جمع البيانات والمعلومات نحتاج لمعرفة ما يلي :

١ - الاسم والتأكد منه تماماً ..

فتخيل أن تزور شخصاً اسمه الأستاذ/ صالح وتناديه طيلة الوقت بالأستاذ / صويلح على سبيل المثال، فكيف ستكون نظرته لك !! وما درجة الإحراج التي ستقع فيها عندما تعرف أنك مخطئ ؟!.

٢ – العمل والنشاط الذي يمارسه :

كأن تذهب لشخص يعمل في مجال المواد الغذائية، وأنت تظنه يعمل في مجال تجارة البلاستيك على سبيل المثال فلابد من التأكد والمعرفة •

٣ - الاهتمامات والمشاركات الأخرى :

كأن تعرف بأن الشخص مهتم بالفروسية والخيول، ومغرماً بها، فيكون مجالاً خصباً للتحدث معه وشد انتباهه وكسبه ••

٤ - المفاتيح (كمدير أعماله أو أحد معارفه أو أي موصلين آخرين به) :

ويفيد ذلك في سهولة التوصل إليه، والدخول عليه، واختصار جزء كبير من المشوار، والتعرف في حالة أنك وجدت من يعرّفه بك، ممن يحبهم ويثق فيهم •

٥ - معرفة أوقات التواجد:

حتى تستطيع أخذ موعدك بوجوده وزيارته أثناء تواجده، فتعرف بأن الشخص متواجد في فترة الصباح فقط أوغيرها، وهكذا •

٦ - معرفة أماكن التواجد :

فمعرفة عناوين مؤسسة الشخص المراد مقابلته، وفروعه ومنزله، أو مكان عمله، وأين يتواجد، هو أمر هام جداً ••

٧ - معرفة الكنية وبعض المعلومات الشخصية:

ففرق بأن تناديه باسمه، وبين أن تناديه بكنيته، ومن المهم كذلك معرفة بعض المعلومات الشخصية عنه : كأسماء أبنائه وأين يعملون أو يدرسون، وفي أي مرحلة، والحديث عنهم يفتح أبواب جيدة في التعارف •

٨ - معرفة أرقام الهواتف :

وهو أمر هام جداً ليتسنى تنسيق الموعد، والاتصال قبل المقابلة بوقت كافٍ، والحصول على أرقام العمل المختلفة، والهاتف الشخصي (الجوال) وأرقام المنزل، إذا كان ذلك مناسباً •

٩ - معرفة عناوين المراسلة وصناديق البريد :

فائدة :

رجل العلاقات الناجح يعيش لهدف سام وغاية نبيلة ، وما أجمل أن يكون ذلك الهدف وتلك الغاية هي الدعوة إلى التحلي بمكارم الأخلاق والعمل على نشرها وتطبيقها .

ليتسنى توصيل رسالة مّا، أو أي أخبار للمؤسسة عن طريق البريد، ومتابعته أولاً بأول •

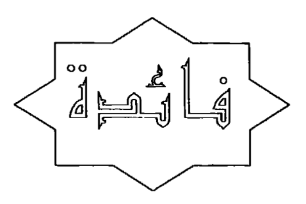
ثانياً: مرحلة تنسيق الموعد والمقابلة الشخصية:

وهي القيمة الكبرى للعلاقات، وللقاء بالعملاء الفائدة الكبرى في تنفيذ وتطبيق وسائل العلاقات المختلفة، والقيام بكسب الآخرين والتأثير عليهم، والحصول على الأهداف المرجوة • ويتم في هذه المرحلة تنسيق موعد للزيارة والمقابلة، بحيث يكون موعداً يناسب الطرفين : الزائر والمزور، والكثيرون يفضلون المواعيد المحدودة بين فترتين، كما بين المغرب والعشاء •• وغيرها •• ويكون وقت تواجد للطرفين، ومن ثم يأتي الالتزام بالموعد، والحضور المبكر، والمقابلة الشخصية المرادة، والتي سيأتي تفصيل فنونها في فصلي الأساليب والطرق والزيارات، بإذن الله تعالى •

ثالثاً: مرحلة تثبيت العلاقة وتقويتها :

وبهذا كله نكون قد أنشأنا علاقة جديدة قوية ثابتة راسخة، نخرج منها بالنفع العظيم والمصلحة الكبرى لنا ولها •• فنحقق بذلك تكافلاً اجتماعياً ناجحاً •• بإذن الله تعالى ••

* * *



احترام الآخرين وتقدير

آرائهم ..

سبيل لكسب ثقتهم ..

فنون العلاقات : (الأساليب والطرق)

أولاً : حدد هدفك ..!

لابد أن يكون الهدف واضحاً .. حدد هدفك الأول، وأهدافك المرحلية، وبالطبع التي هي الأهداف المرسومة من المؤسسة والمطلوبة من العلاقات العامة. فوضوح الأهداف بداية الانطلاقة والجد في العمل .

١ - هل خططت تخطيطاً سليماً؟!.

والتخطيط أساس العمل ومفتاح المسيرة الصحيحة في برنامج العلاقات .. والتخطيط ينبغي أن يكون واقعياً، يمكن تنفيذ بنوده بدون إفراط أو تفريط .

٢ - نظم عملك .. أولاً ..!!

ينبغي على مدير العلاقات، أن ينظم عمله تنظيماً يساعده على تنفيذ خطته وأهدافه، بشكل سليم، فلابد من الاهتمام بالسكرتارية، وأوراق المتابعة، والنماذج الجاهزة، والجداول، ومواعيد التخطيط والتنفيذ، والتأكد دائماً من انتظام العمل، وعدم انفراط العقد والعشوائية •

٣ - كن صادقاً •• مخلصاً •• أميناً :

فلن يكون للعمل جدوى، ولن يبارك بالتوفيق والنجاح بدون الصدق والإخلاص والأمانة مع الله عز وجل : أولاً بإخلاص النية، وطلب التوفيق والدعاء، ومن ثم الصدق مع الناس باللسان، والتعامل والأمانة الكاملة في أداء رسالتك، ومحافظتك على إنجاح عمل مؤسستك ••

٤ - تفهم النفوس :

فالنفوس تختلف •• ولا يمكنك التعامل مع الجميع بطريقة واحدة •• فلابد من تفهم النفوس •• فهنالك النفس الطيبة المستجيبة، وهنالك النفس المتكبرة أو المغرورة،

وهنالك من يحب المدح والإطراء وهنالك اللاأُمُبالي والصامت المتواضع، وغيرهم كثير • فدراسة النفوس والنظرة الثاقبة منذ الوهلة الأولى، تمنحك حسن التعامل مع كل نفس بحسبها •

٥ - ثقة .. بلا غرور :

كن واثقاً بنفسك، وأعطها مكانتها وقدرها، ولا تحقر نفسك أو تتردد في علاقتك أو مكانتك الاجتماعية ولكن ثقة بلا غرور ولا تكبر ولا تعالي على الآخرين •• فالمتواضع محبوب ومرغوب •

٦ - هل أنت مقتنع بما تفعل ؟ !:

سؤال غريب لكنه مهم جداً •• فلابد أن تكون مقتنعاً بما تفعل •• مقتنعاً بمؤسستك التي تعمل فيها وتخدمها •• مقتنعاً بجدوى علاقاتك والوسائل التي تتخذها •• مقتنعاً بأهدافك وأهداف مؤسستك •• حتى تستطيع أن تكون شخصاً منتجاً عملياً •

٧ - احرص على حسن هندامك :

فالأناقة والـ"ديكور "، وحسن الهندام، والمظهر الجميل، مما يبعث على احترام الآخرين لك وتقديرهم وتقبلهم لكلامك معهم •• والمظهر الحسن تطمئن وترتاح له النفوس، ويكون ذلك بنظافة الملابس وتناسق ألوانها وأناقة شكلها، والرائحة الطيبة الزكية •

٨ - ابتسم يحبك الناس ••!

الابتسامة تبعث البهجة والانشراح، والتفاؤل والأمان، وتزيل الكدر والملل، وضيق النفوس، وقد وصى عليها النبي صلى الله علية وسلم بقوله : (**تَبَسُّمُكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ**)[1] •

وبالفعل فهي باب لمحبة الناس وكسبهم، فينبغي على رجل العلاقات أن يحرص على التبسم، وانشراح النفس، واللطافة الغير متكلفة •

---

(١) الترمذي ١٩٥٦ عن أبي ذر.

٩ - العمل كفريق متكامل :

وينبغي لإدارة أو قسم العلاقات، أن يعمل كفريق متكامل، بخطة واحدة وأسلوب موحد • ويتعاون فريق العمل لإنجاح الأهداف المرجوة، بكامل طاقمه، مديره وسكرتيره، وفريق الزيارات والاستضافات وغيره، وكذلك بالتعاون مع إدارة المؤسسة وفريق عملها •

١٠ - هل لديك وسيلة الإقناع ؟!

الإنسان يتميز بالعقلانية، فإقناعه يرتفع به إلى مستوى الإنسان، بينما الضغط والإرغام يهبط به إلى مستوى الآلة • فمن الواجب احترامه والعمل على إقناعه، وحتى في مجال تسويق شيء مّا على شخص مّا، لابد من اتخاذ وسائل الإقناع المختلفة، حتى تتمكن من إقناع ذلك الشخص بالتفاعل مع ذلك المنتج، وترويج بضاعتك بكل يسر وسهولة، فلابد أن تراجع نفسك •• هل لديك وسيلة الإقناع في عرض ما لديك أم لا ؟!•

١١ - للباقة دور :

اللباقة في الحديث مع الناس، والأسلوب الجيد المحترم مع الناس، شيء هام جداً في أساليب العلاقات العامة، وكذلك الفصاحة وسلامة النطق، وأدب الحديث، تأسِر المستمع وتأخذ بلُبه وانتباهه .

١٢ - تذكر أن المقابلة .. فن ! :

وبالفعل المقابلة الشخصية لها فنون وآداب، فلا بد أن تحرص على فنونها، ويهمنا هنا في هذه النقطة أن تتنبه أن هنالك فنون المقابلات، وأنك تمارسها وتتعرف عليها، فتذكُّرك لذلك يجعلك متيقظاً في كل صغيرة وكبيرة تحدُث خلال مقابلتك الشخصية للآخرين .

١٣ - هل لديك المفتاح ؟! :

لكل شخصية مفاتيح يستطيعون توصيلك إليها بسهولة، وهؤلاء المفاتيح هم من يكون بينهم وبين الشخصية المرادة

علاقة وطيدة، سواء أكانت علاقة قرابة، أو زمالة، أو عمل، فلذلك ابحث عن مفتاحك للدخول للشخصية المرادة، لتيسر لك جزءاً من المشوار الذي ستسلكه خلال علاقتك بالآخرين .

١٤ - اصبر .. ولا تستعجل :

فالبعض يظن أن النتائج دائماً ستكون إيجابية مباشرة بمجرد المقابلة .. والواقع أنك بحاجة إلى صبر ومثابرة، وعدم استعجال في الحكم على الآخرين، وقطع العلاقة بهم، بل مارس أساليب العلاقات وحاول مرة أخرى .. واصبر .. ولاتستعجل ..

١٥ - لا تيأس .. ستصل يوماً ما ..

رجل العلاقات لا يعرف اليأس أبداً .. فهو يحاول بشتى الوسائل لكي يصل إلى مراده .. فينبغي عدم قطع العلاقة، واليأس منها بمجرد موقف أو أكثر، بل حاول

واجتهد وخطط جيداً •• وابحث عن المفاتيح •• فستصل يوما مّا •• بإذن الله •

١٦ - تابع عملك دائماً ••

ثُلمة كبرى على رجل العلاقات أن يؤسس عملاً قوياً، وعلاقة وطيدة، ثم ينساها أو يتناساها، ولا يتابع ذلك العمل وتلك العلاقة • فلا بد من المتابعة الدائمة للعملاء وأصحاب العلاقة، والمتابعة بتنفيذ المتفق علية أثناء المقابلات ومتابعة الأشخاص بالأخبار والتقارير أولاً بأول •

١٧ - تأكد من معلوماتك !

ومعلوماتك التي ينبغي أن تتأكد منها، هي معلوماتك عن عملك، ومؤسستك التي تنقل رسالتها، فتكن مطلعاً على أهدافها، وأعمالها وإنجازاتها أولاً بأول، ومن ثم معلوماتك عمن تريد عمل علاقة معهم بأسمائهم ونشاطهم وباقي تفاصيل ذلك، وكذلك مركز معلومات مؤسستك الذي

تستقي منه الأخبار والمعلومات عن العملاء •• فتأكد من ذلك دائماً •

١٨ - تهادوا •• تحابوا :

هذه وصية النبي صلى الله عليه وسلم •• فالهدية رمز له معنى كبير •• وهي من أكبر وسائل كسب القلوب وإيجاد المحبة المتبادلة •• والهدية تقدر بقدرها بدون إفراط أو تفريط •• وتعطى الهدية المناسبة للشخص المناسب، ونوصي في العلاقات باستخدام الهدايا العملية قدر المستطاع •

١٩ - ماذا عن الشكر والتقدير؟!

جاء في الأثر عن النبي صلى الله عليه وسلم :

(**لا يَشْكُرُ اللَّهَ مَنْ لا يَشْكُرُ النَّاسَ**) [١]، فشكر الناس وتقديرهم من وسائل كسبهم والمحافظة على وُدّهم • والشكر أنواع :

---

(١) سنن أبي داود ٤٨١١ عن أبي هريرة .

فشكر على حسن مقابلة، وشكر على تعاون مّا، وشكر على دعم معين • ويكون الشكر إما مشافهة وإما بخطاب شكر، أو شهادة شكر، أو درع يحتوي على الشكر والتقدير؛ والتنويع بين ذلك ما أمكن، وذلك يفعل الكثير !

٢٠ - استثمر لقائك بالآخرين ••

من أخطاء المقابلات الشخصية أحياناً عدم استثمار اللقاء استثماراً يخدم الخطة والأهداف المتفق عليها، والمرحلة الحالية، فلابد من استثمار اللقاء إيجاباً، و الحرص على المرحلية المتبعة في العلاقة مع الشخص المراد، بحيث تخرج بنتائج واضحة وخطوة إلى الأمام •

٢١ - المخاطبة •• ماذا تحتوي ؟!

الكثير من الناس، وخاصة أصحاب الأعمال الكثيرة المتراكمة، وقتهم محدود، ولا يستطيعون قضاء وقت طويل في قراءة خطاب أو نحوه، لذلك فمن أساليب العلاقات الناجحة، أن يكون الخطاب الموجه مختصراً واضحاً مميزاً

ملفتاً للنظر، يتميز بعباراته الواضحة المفهومة والغير ملغزة، ويحتوي الخطاب عادة على توطئة، ومضمون، وخاتمة، يتم التركيز فيها على مضمون الخطاب، وتميزه بخط آخر أو لون مميز •

٢٢ - وللبريد دور!!

والمراسلة البريدية لها دور جيد في إشعار الآخرين باهتمامك، وتوصيل بعض المطبوعات والتقارير والأخبار •• والمراسلة البريدية فن إعلامي، تستطيع من خلاله نشر الكثير من الأفكار، وتوصيل المبادئ، وترويج السلع •• سيأتي تفصيل ذلك في فصل آخر بإذن الله تعالى •

٢٣ - ارفع سماعة هاتفك !

من وسائل العلاقات المكالمات الهاتفية، ومتابعة العملاء عن طريق الهاتف وتكرارها بين الحين والآخر، مع مراعاة الآداب الاجتماعية في ذلك، دون إزعاج أو إملال أو إطالة • والهاتف مهم في حجز المواعيد، والمتابعة

والتهنئة، والشكر والتقدير، وتسيير المعاملات البسيطة وغيرها •

٢٤ - الفاكس •• الوسيلة السريعة :

يُستخدم الفاكس في التواصل، وإرسال الخطابات المستعجلة والتهنئات والمواساة وغيرها • وقد يقوم قسم العلاقات بعمل حملة دعائية عن طريق الفاكس للعملاء وغيرهم، من باب كسب عملاء جدد، يتعاونون مع المؤسسة لذلك يعتبر الفاكس الوسيلة السريعة الهامة من ضمن وسائل الاتصالات المختلفة •

٢٥ - كرر زيارتك ••!!

الاستمرار في توثيق العلاقات والمتابعة الدائمة، أساس هام لتثبيت العلاقات، لذلك لابد على رجل العلاقات من تكرار زياراته بين الحين والآخر، ويجعل لكل زيارة هدفاً واضحاً يرغب الوصول إليه، فزيارة تعريف، وزيارة توثيق،

وزيارة متابعة، وزيارة عرض تقرير ونتائج، وزيارة للجديد لدى المؤسسة •• وهكذا •

٢٦ - هل دعوته لزيارتك ؟!

الدعوة للزيارة واستضافة العملاء، شيء هام جداً في برنامج العلاقات، ويعتبر من وسائل توثيق العلاقة وتثبيتها، والمشاهدة عن قرب لأهداف المؤسسة وبرامجها •• وتنظيم برنامج جيد للاستضافة، يحوي وسائل العرض المختلفة والضيافة وحسن الاستقبال •

٢٧ - شارك في المناسبات الاجتماعية :

المشاركة في الدعوات، والحفلات، والمناسبات الاجتماعية عموماً، و بالطبع الغير شاملة على المخالفات الشرعية، يعتبر ذلك أمر هام لرجل العلاقات، لأنه على الأغلب سيلتقي بكثير من العملاء وأصحاب العلاقة، وهي فرصة سانحة لتوثيق العلاقات وتقويتها ••

٢٨ - للتهنئة .. دور كبير :

رجل العلاقات يستغل المناسبات استغلالاً إيجابياً لكسب العملاء، والتهنئة في المناسبات السارة أمر هام جداً كالتهنئة في الأعياد، وحفلات الزفاف، والمواسم المختلفة، وكذلك التهنئة في افتتاح محل جديد، أو فرع من الفروع، والرقي إلى منصب معين ، أو المولود الجديد .. وغير ذلك كثير من المناسبات السارة .. وهي من إدخال السرور والبهجة . فقد جاء في حديث للنبي صلى الله عليه وسلم أن من أحب الأعمال إلى الله سرور تدخله على مسلم .

٢٩ - في السراء .. والضراء !

وكما وجدك العملاء في السراء، فلابد أن يكون لك دور واضح في الضراء كذلك : فالتعزية، والمواساة، والمشاركة الوجدانية في هذه الأمور، له الدور الكبير في تقوية الأواصر، وأمثالها الوفاة والحوادث والحريق والخسائر وغيرها .

٣٠ - هل تحترم الآخرين وتقدرهم ؟!

تقدير الآخرين واحترامهم، وتقدير آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم، من أهم وسائل العلاقات الناجحة • فمن طبيعة الناس أنهم يقدّرون من يقدرهم، ويحترمون من يحترمهم، فيثقون به ويحبونه؛ لذلك على رجل العلاقات عدم ازدراء الآخرين، والتقليل من شأنهم، والتعالي على أفكارهم ومقترحاتهم •

٣١ - الوفاء •• أمر لابد منه؟!

والوفاء نوعان : وفاء بالمواعيد المبرمة مع العملاء وهي صفة هامة لابد من توفرها وتركها يضعف الثقة ويقلل من الود والمصداقية، والوفاء الآخر هو الوفاء مع الآخرين كأن تكون وفيا مع أصحاب المعروف، وفياً مع الأصدقاء، وفياً مع كل من قدم لك يد العون والمساعدة في أمر من الأمور•

٣٢ - التدرج: خطوة •• خطوة!!

والتدرج أمر هام جداً •• فاستباق الأحداث واستعجال النتائج ثمرته نادرة محدودة •• والعلاقات تحتاج لإنجاحها إلى استيعاب واضح لمفهوم التدرج مع الآخرين، والتخطيط لذلك • والتقدم إلى الأمام، والسير بتؤدة، وعدم التعجل •

٣٣ - ثقافة •• وإطلاع :

الثقافة العامة أمر هام لرجل العلاقات الناجح، فلابد أن يكون مثقفاً قارئاً، مطلعاً على الجديد المفيد، فهو بذلك يكسب عملائه، ويأخذ بلُبهم وينال على إعجابهم •• كيف لا وهو كالموسوعة الثقافية، لديه من كل بستانٍ زهرةً يانعة، ومعلومة وافية، وتحليل يدل على الوعي والاستيعاب •

٣ - قيّم نفسك •• !!

ولابد لرجل العلاقات، أن يقيّم نفسه بين الفترة والأخرى، ويراجع بذلك برامجه ووسائله التي اتخذها في أثناء علاقاته بالآخرين، وهل قام بتنفيذ وسائل العلاقات

جميعها؟ أم اكتفى ببعضها؟ وهل حقق نجاحاً واضحاً أم جزئياً؟ •• وهل كان مثالاً لرجل العلاقات، ونمّى في نفسه صفات رجل العلاقات الناجح؟ وما يزال ينميها في نفسه دائماً أم لا؟ •• وهل حقق أهداف مؤسسته واجتهد في ذلك، وكان بوقاً إعلامياً يخدم مؤسسته، ويسعى إلى إنجاح برامجها؟ وبالتقييم المستمر، نرتقي ونتقدم بإذن الله تعالى ••



براعة الاستهلال وكسر الحاجز النفسي فن احرص على الاتصاف به أثناء المقابلة

الفصل الثالث

العمل الخيري والعلاقات العامة

" أهمية العلاقات العامة في الأعمال الخيرية "

يمتاز العمل الخيري عن طريق الأفراد والهيئات، والجمعيات والمؤسسات الخيرية، بأنه عمل ربّاني، إنساني اجتماعي، يقوم العاملون من خلاله بجمع التبرعات من المحسنين، ودفعها إلى مستحقيها من الفقراء والمساكين والمعوزين •

وتختلف المؤسسات والهيئات من حيث أهدافها العامة، فمنها من يقوم بأغراض الدعوة إلى الله، وتعليم الناس، ومنها من يقوم بإغاثة المنكوبين وأصحاب الكوارث، ومنها من يساعد المحتاجين على الستر والزواج، ومنها من يقوم على الأرامل والأيتام والمساكين، ومنها من يساعد المعسرين، ومنها من يقوم بتحفيظ كتاب الله وتعليمه، ومنها من يقوم على شؤون المرضى والمعوقين •• وغير ذلك كثير مما يخدم العمل الخيري، ومساعدة الآخرين •

وكما أن الأهداف تختلف من مؤسسة إلى أخرى، فإن الوسائل تختلف من حيث تنوع البرامج، والمشاريع الخيرية، ومن حيث أسلوب إدارتها، وطريقة تنمية مواردها، ومن حيث توزيع النفقات وصرفها •

ويجتهد الجميع ويبذلون من أوقاتهم وجهودهم وأموالهم في سبيل خدمة تلك الأهداف النبيلة، والمعاني السامية الرفيعة •

ومن المهم في هذا الباب، أن نعرض الوسائل العامة المستخدمة في تنمية الموارد المالية لهذه المؤسسات الخيرية، لكي نصل من خلالها إلى أهم الوسائل وأكثرها جدوى وفعاليه •

١. وسائل تنمية الموارد لدى المؤسسات الخيرية :

- مراكز استقبال التبرعات •
- المبيعات الخيرية •
- الصناديق والحصالات •
- الحملات البريدية والمراسلات •
- حملات جمع التبرعات يوم الجمعة •
- الوسائل الإعلامية •
- الحفلات والمحاضرات والندوات التعريفية •
- الاستقطاعات الشهرية •
- العنصر النسائي •

- المعارض والأركان •
- مظاريف التبرعات •
- العلاقات العامة والمقابلات الشخصية •

ويكون ذلك لدى جمهور الناس، والقطاعات الحكومية والعسكرية، ومدارس البنين والبنات، والشركات، والمؤسسات وأصحاب التجارة، ورجال الأعمال، وغيرها •

• أهم وسائل تنمية الموارد :

جميع ما سبق من الوسائل وغيرها، مهم جداً ينبغي على المؤسسات الخيرية أن تحرص على الإبداع في إدارة تلك الوسائل، وتطويرها أولاً بأول، ومن أهم تلك الوسائل ما يسمى بالعلاقات العامة، والمقابلات الشخصية •• فهي الوسيلة الأكثر جدوى والأكثر فعالية، والوسيلة الناجحة للوصول إلى الأهداف الإستراتيجية الأكبر والأعمق •

وتعرف المؤسسات الخيرية أن الموارد المالية تزيد وتنقص، وتستمر أحياناً وتنقطع أحياناً أخرى •• لذلك فإن الوسيلة الأنجح التي ينبغي على المؤسسات الخيرية التنبه لها، ودعمها بالكوادر والطاقات البشرية الجيدة، هي توفر إدارات

وأقسام خاصة للعلاقات العامة، تقوم بتوصيل مصداقية المؤسسة إلى جمهور الناس، باختلاف مشاريهم وطبقاتهم، ومن ثم تنمية الموارد المالية، ودعم أهداف المؤسسة •

٣-الأهداف الهامة للعلاقات العامة في المؤسسات الخيرية :

- التعريف بالمؤسسة وأهدافها من خلا ل المقابلات الشخصية والوسائل الأ خرى •
- الوصول إلى شرائح المجتمع الأ خرى •
- السعي إلى توفير أوقاف للدعم الثابت •
- تكوين المصداقية للمؤسسة لدى الجمهور •
- توثيق العلا قة مع المحسنين •
- تنمية الموارد المالية وزيادتها دائماً •

مجالات جهود العلاقات العامة في المؤسسات الخيرية :

- القطاعات والدوائر المختلفة :

سواءً كانت حكومية أو عسكرية أو أهلية، وتتمثل الجهود في التعريف بالمؤسسة لدى تلك القطاعات، والاجتهاد في كسب مدرائها، وتقوية العلاقة بهم، ومن ثم مسئولي الأقسام الداخلية، وباقي الموظفين، ومحاولة الاجتهاد في عمل استقطاعات شهرية، ودعم برامج المؤسسة، من خلال الحفلات والمعارض، والأركان الإعلامية داخل هذه القطاعات •

ويخدم العمل العلاقاتي، مع القطاعات والدوائر المختلفة، في دعم تلك القطاعات للمؤسسة الخيرية، كل في مجال اختصاصه : كأن تساهم شركات الاتصالات في تسهيل مهمة توصيل الهواتف إلى المؤسسة وقت الحاجة إلى ذلك، وأن تساهم شركة الكهرباء بخدمة الكهرباء، والعدادات لمواقع المؤسسة الخيرية المختلفة، وتساهم إدارة التعليم في تسهيل دخول المؤسسة الخيرية إلى المدارس، بقسميها البنين والبنات، والاستفادة من المعلمين والطلاب في دعم برامج المؤسسة الخيرية، وأن تساهم إدارة البريد في تسهيل مهام الحملات البريدية •• وهكذا كل في مجال تخصصه •

- التجار ورجال الأعمال :

ويعتبر العمل العلاقاتي مع هذه الطبقة، من أكثرها أهمية وجدوى، وتتمثل جهود العلاقات مع التجار، ورجال الأعمال، في المقابلات الشخصية معهم، وتعريفهم بأنشطة وبرامج المؤسسة الخيرية، وتقوية الأواصر والروابط معهم، بوسائل العلاقات المختلفة، ودعوتهم للمساهمة في دعم المشاريع الخيرية، وتبنّي بعضها، كأن يتبنى أحد رجال الأعمال مشروع طباعة كتاب إسلامي وتوزيعه، أو مشروع بناء مسجد، أو كفالة بعض الأسر المحتاجة والأيتام، أو إنشاء دور للأيتام، أو بناء مدرسة، أو مركز إسلامي، أو دعم حلقات تعليم كتاب الله، وغيرها من البرامج والأنشطة المتنوعة للمؤسسات والمنظمات الخيرية، بمختلف مجالات أعمالها السامية •

ونؤكد مرة أخرى بضرورة استخدام وسائل العلاقات المختلفة، وكسب ثقة الآخرين، وتوفير المصداقية لدى هذه الطبقة، وإعطائها اهتماماً خاصاً ومميزاً •

- المتعاونون والمعارف :

وهذه الطبقة لا تقل أهمية عن غيرها، وتتمثل جهود العلاقات معها في كسبها لدلالة الخير، والتوصيل بمن تعرف من رجال الأعمال، والأثرياء، وأصحاب المناصب، وخدمة

التعريف بالمؤسسة وجهودها لدى تلك الفئات، بالإضافة إلى الاستفادة من جهودهم وأوقاتهم في خدمة المؤسسة وأهدافها، والمشاركة في تنفيذ برامجها المختلفة •

٥. نصائح هامة للمؤسسات الخيرية في مجال العلاقات العامة :

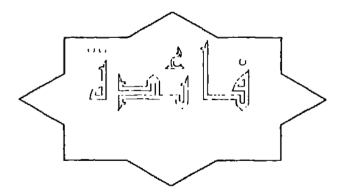
- أهمية وجود قسم علاقات متخصص •
- أهمية استخدام وسائل العلاقات المختلفة السابقة الذكر .
- العمل كفريق علاقات متكامل •
- مشاركة الإدارة العليا لقسم العلاقات في المقابلات الشخصية لبعض الأسماء الهامة •
- الاهتمام بنوعية الأفراد العاملين في قسم العلاقات •
- توفير المواد الإعلامية والتعريفية لاصطحابها خلال الزيارات •
- توفير وسائل التنقل والمواصلات، وتوفير وسائل الاتصال المختلفة •

- تدريب العاملين بقسم العلاقات وتأهيلهم •
- زيادة عدد الأفراد العاملين في قسم العلاقات، حسب الحاجة •
- توفير الأجهزة المساندة للقسم،كالفاكس والكمبيوتر وآلات التصوير والطابعات وغيرها
- إيجاد برامج كمبيوتر جيدة لتسهيل العمل والمتابعات •
- توفير السكرتارية الجيدة لمساندة القسم •
- توفير الاحتياجات الورقية على اختلاف مستوياتها ونوعياتها •

٦- وأخيراً ...

لابد للمؤسسات الخيرية أن تعرف أهمية دورها في خدمة الدين والمجتمع ومساعدة الآخرين، وأن رسالتها تعتبر الرسالة السامية والنبيلة، وأن جميع طبقات المجتمع تتعاطف معها، وتحرص على دعمها، والمساهمة في برامجها، إذا وجدت المصداقية الواضحة، والإعلام المميز، والثقة

الجيدة بأعمالها وبرامجها • لذلك فإن وجود أفراد متخصصين للعلاقات العامة، يمتازون باللباقة وحسن المظهر، والفصاحة والحكمة، وحسن الأخلاق مع الناس، وغيرها من الصفات مما يخدم أهداف المؤسسة، وكسب الآخرين لصالح خدمة برامجها ومشاريعها الخيرية، وإن وجود ذلك دليل على التميز الواضح والتفوق في التنافس الشريف مع مثيلاتها، والرقي بمستوى العمل الخيري إلى الأفضل والأمثل بإذن الله •



قال الشاعر :

إذا هبت رياحك فاغتنمها

فإن لكل خافقة سكون

ولا تغفل عن الإحسان فيها

فما تدري السكون متى يكون

الفصل الرابع

الإدارة الناجحة والعلاقات

" فوائد إدارية لمدير العلاقات الناجح "

فوائد إدارية لمدير العلاقات الناجح

من المهم جداً لرجل العلاقات العامة ومديرها، في أي قطاع أو مؤسسة، أن يكون صاحب إطلاع جيد بالقضايا الإدارية، وأنظمتها الحديثة، لذلك سنعرض بإذن الله تعالى بعض الفوائد الإدارية، التي تخدم رجل العلاقات في إدارته ومؤسسته •

١. نظرة إدارية :

الإدارة فن مستقل وعلم واسع، يدرس على أعلى المستويات، ويختلف أصحاب المناصب الإدارية من شخص لآخر في أساليب الإدارة ونجاحها أو فشلها •• و قد يحسن البعض في إدارة مؤسسته إدارة جيدة متميزة، وقد يفشل البعض في ذلك فشلاً ذريعاً، مما يسبب التفكك والضعف، والتدهور الاقتصادي والاجتماعي للمؤسسة، بسبب سوء الإدارة وتحجر أفكارها وأساليبها •

لذلك كان ينبغي على كل إداري أن يهتم بالإطلاع على فنون الإدارة وأساليبها الحديثة والناجحة، وأن لا يقف

عند حد واحد، أو طريقة، أو أسلوب معين، دون أن يتجاوزه أو يحاول تطوير نفسه وإدارته • فالعلم في تقدم مستمر، والتجارب كثيرة، وما يصلح في مكان قد لا يحسن تطبيقه في مكان آخر •

لذلك فإن النجاح هنا : أن يطور الإداري إدارته ويحسنها، بعد التفهم لظروف عمله أو مؤسسته •

٣. مثال هادف :

ونذكر مثالاً جيداً لبعض الأنظمة الإدارية الناجحة، والتي قد لا تكون حديثة، لكنها تعطي الإداري مفهوماً هاماً وخطيراً في إدارته : وهي مقارنة بين نظامين إداريين طبق أحدهما في الولايات المتحدة، والآخر في اليابان •

النظام الأول هو نظام MBO " Management By Obgective " - الإدارة بالأهداف -،

والنظام الآخر هو نظام TQM " Total Quality Management " - الإدارة بالجودة الشاملة - •

فالنظام الأول، هو نظام يهتم بالأهداف، كأن تضع المؤسسة هدفاً أساسياً وأهدافاً مرحلية، ومن ثم تسخر

جميع الوسائل والطرق، لخدمة أهدافها، حتى ولو كان ذلك على حساب أمور أخرى •

أما النظام الآخر فهو نظام يهتم بالجودة النوعية، وقد طبّقته إحدى الشركات اليابانية " على سبيل المثال " فكان لها نجاحا باهراً، تلك الشركة كانت ترفع شعار :
" The Costumer Is The Boss " أي أن الزبائن هم الرؤساء، ولهم الاهتمام الأول، فتقدر آراءهم ويحسن جميع منسوبي الشركة التعامل معهم، والحرص عليهم، لذلك هي تهتم بالجودة والإتقان، ورأي العملاء قبل كل شيء • ومن أهم أساليب هذه الإدارة أيضاً، أنها تهتم بعمّالها وموظفيها بشكل كبير جداً، فتقوم الإدارة بالاجتماع بالعمال بين الفترة والأخرى في حل مشاكلهم، وتسهيل مهماتهم، وتقدير ظروفهم، كما يقوم بإعطائهم الأمان الوظيفي، فيعملون بارتياح وجد واجتهاد •

- **الإدارة الحديثة والإدارة الناجحة :**

الإدارة الحديثة أصبحت تهتم اهتماماً كلياً بتحديد الأهداف الواضحة، والأساسية، والمرحلية، وكذلك التخطيط

السليم، والجودة، والإتقان، وأساليب التعامل، لذلك كان من أهم وسائلها مبدأ الاستماع للآخرين ومشاورتهم، وعدم التفرد بالآراء، والحكم دون استماع أو تثبت •

والإدارة الناجحة كوجهة نظر شخصية "نعتقد صوابها" هي (الأخلاق) : فالخلق الحسن إذا تكامل مع الحكمة والدراية والخبرة، سينتج إدارة ناجحة فاعلة، ترتقي بأهدافها ونتائجها إلى أعلى المستويات بإذن الله • فبالخلق الحسن يتعامل المدير مع مرؤسيه، وبالخلق الحسن يتعامل رجل العلاقات، ومندوبي المبيعات، والتسويق مع العملاء وأصحاب العلاقة، وبالخلق الحسن يتعامل الموظفون والعمال مع الزبائن والزوار، فتقوى العلاقة وتزداد، ومن ثم يرغب الجميع بالتعامل مع هذه المؤسسة أو الشركة، وتتكون المصداقية والثقة وتنجح الإدارة وتتحقق الأهداف •

وذلك كله دليل على نجاح القائد أو المدير صاحب الأخلاق الحسنة، والتعامل الجيد، والشخصية المتميزة والجذابة، فسحر الشخصية أو ما يسمى " بالكاريزما " صفة هامة للمدير الناجح، الذي ينال إعجاب الجميع، ويحرصون على كسب رضاه، والاقتراب منه، والاستفادة من خبراته ••

٤. الفرق الجوهري بين القادة :

" والفرق الجوهري بين القادة، أن بعضهم يعتمد على القوة المحضة، ويعتمد بعضهم الآخر على الفعالية والقوة معاً، ويعتمد آخرون على الفعالية فقط •

من يعتمد على القوة يرسخ قيادته بالخطابة والكلمات الرنانة، ومن يعتمد على القوة والفعالية، يتكلم ويعمل في نفس الوقت، أما من يعتمد على الفعالية فقط، فهو يعمل وينجز أكثر مما يتكلم •

والقادة الناجحون يوقنون أن فعاليتهم نابعة من أربعة أشياء :

١) هم فعالون لأن لهم أتباع ومساعدين فعالين •

٢) وهم فعالون لأنهم منجزون، لا لأنهم محبوبون، فالقائد تصنعه إنجازاته لا شهرته •

٣) وهم قريبون من العملاء والمجتمع، فهم مضرب المثل في العطاء والقدوة الحسنة •

٤) وهم يدركون أن القيادة ليست مرتبة أعلى، ومميزات أكثر أو مالاً أوفر، بل مسؤولية ."[١]

٥ - الاهتمام بالموظف :

الإدارة الناجحة تهتم بالموظفين والعمال جميعهم، فهم الواجهة الحقيقية للمؤسسة، " *والاهتمام بالمجهود البشري والعمال يفوق الاهتمام بالآلات والسلع والخامات .*

والإنسان يتميز بالعقلانية، فإقناعه يرتفع به إلى مستوى الإنسان بينما الضغط والإرغام يهبط به إلى مستوى الآلة، فمن الواجب احترامه والعمل على إقناعه "[٢]، وإن اقتنع العامل أو الموظف واجتهد وبذل وأحب العمل الذي يقوم به، ستكون إنتاجيته عالية ومجهوده مضاعف، بينما إذا كره العمل وشعر بالإرغام، وعدم التقدير، فإن إنتاجيته تقل ويتضاءل مجهوده، وبالتالي ينعكس هذا وذاك على نجاح المؤسسة أو فشلها ..

---

(١) من كتاب إعادة اختراع القيادة.

(٢) العلاقات العامة والإعلام في الدول النامية.

لذلك فالإدارة الناجحة تهتم بشرح سياستها للعمال، وتهتم براحتهم وخدمتهم، عن طريق توفير التأمين الصحي، والمعاشات، والمكافآت التشجيعية، والإعانات، وإقامة البرامج الاجتماعية والترفيهية، وإقامة العلاقات الوطيدة بين جميع الموظفين والعاملين •

- **التمكين الإداري " Empowerment "**

(ويعني تفويض الصلاحيات والمسؤوليات للعاملين ومنحهم الحرية الكاملة لأداء العمل بطريقتهم، دون تدخل مباشر من الإدارة، مع توفير الموارد الكافية، وبيئة العمل المناسبة لهم، وتأهيلهم فنياً وسلوكياً لأداء العمل، والثقة المطلقة فيهم • أي أن القائد يمكن العاملين من عملهم ومن مستقبلهم) [١] وفي ذلك إعطاء فرصة جيدة للإبداع والتطوير، والابتكار والشعور بالمسؤولية، والانطلاق نحو الأفضل، مع ضرورة التقييم للأداء ومعرفة مساراته •

٦ - حقوق هامة للعاملين والموظفين في القطاعات الناجحة :

---

(١) إعادة اختراع القيادة.

- الأمن الوظيفي •
- استلام الحقوق في مواعيدها •
- التدريب والتطوير •
- المكافآت التشجيعية والحوافز •
- التأمين الصحي •
- القرض والإعانات •
- تأمين المواصلات •
- التأمين السكني •
- الشكر والتقدير عند الإجادة والإحسان •
- معرفة سياسة العمل وأهدافه والقناعة به •

٧ - الحوافز والمكافات والعقوبات :

يُعرف التحفيز على أنه :

"- تشجيع وإلهام واستثارة دافعية العاملين للعمل •

- جعل العاملين يشعرون بالرضا عن العمل الذي يؤدونه "[١] •

---

(١) كيف تنمي قدرتك على تحفيز الآخرين.

- المدير الناجح هو الذي يهتم بتحفيز العاملين معه، ليدفعهم إلى الإقبال على العمل والإنتاج، بنفس منشرحة راضية، ومن ثم إنتاجية عالية الجودة •

ويتم التحفيز بكثير من الأمور : كالمكافآت المالية، والترقيات، وخطابات الشكر، والشهادات، والدروع، والهدايا، وتعليق الأسماء في لوحات الشرف والتفوق، والترشيح للمشاركة في الدورات التدريبية والبرامج الاجتماعية، والاستشارات، وتوفير الاحتياجات المطلوبة، والدعم المعنوي والتشجيعي وغيرها •

٨ - من ثمرات التحفيز :

أ – "شعور العاملين بالرضى في عملهم •

ب – تعاون العاملين أكثر من تنافسهم •

ج – شعور العاملين بالمسؤولية عن الأعمال التي يقومون بها •

د – انخفاض نسبة التغيب عن العمل •

هـ – ارتفاع مستوى الأداء •"[١]

---

(١) كيف تنمي قدراتك على تحفيز الآخرين.

٩ - متى تستخدم العقوبات ؟ وما هي أنواعها ؟

المفترض أن لا تستخدم العقوبات إلا بشكل ضيق ومحدود، لأن أساليب الضغط والإرغام والعقوبات، ليست هي الحل الأمثل في حل أي مشكلة، لأنها قد تسبب البغض والتفكك الاجتماعي داخل المؤسسة، ولأنك ستجد أنصاراً من العاملين لذلك المعاقب، وبالتالي عدم الرضى والقبول، والتحدث في ذلك داخل المؤسسة، ومن ثم إيجاد جوّ من المشاحنات الغير جيدة، والانطباع السيئ لدى الموظفين واللجوء إلى العقاب ينبغي أن يكون بعد استنفاذ جميع الوسائل الأخرى، وخاصة إذا كان الموظف عملياً وجيداً، كإعطاء الثقة والتحفيز والتجاوز والتشجيع، ومحاولة الاستماع لذلك الموظف، وأسباب مخالفته، وإيجاد الحلول، والاستفادة ممن لهم به علاقة جيدة في إقناعه، وبعد ذلك وعند استنفاذ تلك الحلول جميعها، يلجأ المدير الناجح إلى العقوبة، والتي تختلف باختلاف الأشخاص، ونوعية الأعمال، والنظر إلى الإنتاجية الشخصية لذلك الموظف المعاقب ••

ومن أنواع العقوبة •• التهديد والإنذار ولفت النظر، والخصم المالي، والحرمان من بعض الحقوق، والتشهير، وتقليل المرتبة، والحرمان من العلاوات، والنقل التأديبي، والفصل المباشر أو المؤقت وغيرها •

ومن المهم جداً عند العقوبة، هو الاجتهاد في توضيح وإقناع جميع العاملين بالتقصير الواضح من ذلك المعاقب والفرص التي قدمت له من الإدارة دون أي جدوى •

١٠- الهرم الإداري الجديد :

ومع تغير الزمن، وتطور العلوم وتقدم الأنظمة الإدارية ومفهوم الإدارة الحديثة، أصبحت النظرة الحديثة للهرم الإداري الجديد، والذي يجعل العملاء على قمة الهرم والإدارة هي القاعدة التي تغذي وتدعم ما فوقها في الترتيب الهرمي الجديد، والشكل التالي يوضح ذلك :

الهرم الإداري الجديد :

العملاء

↑

التسويق والمبيعات والعلاقات (خدمات العملاء)

↑

البحث والجودة والتطوير / الإنتاج
المشتريات والمخازن / الموردون

↑

الشئون المالية والإدارية / التدريب
النقاط: الصيانة / الأرشيف والمعلومات

↑

الإدارة العليا والتنفيذية ومجلس الإدارة

العملاء على القمة والإدارة هي القاعدة

١١ - ثمانية لا ونعم في الإدارة :

" إيجابيات وسلبيات إدارية "

نعم/للاستماع للآخرين • لا/للدكتاتورية •

نعم/ لفهم النفسيات •	لا /للعقوبات الجائرة.
نعم/ للمشاورة والتقدير•	لا /للانفراد بالقرارت•
نعم/ للأمن الوظيفي •	لا /للتهديد بالفصل•
نعم/ للتحفيز والتشجيع•	لا /للإهانة والتحقير •
نعم/ للحكمة والتبصر •	لا /للعجلة والتهور •
نعم/ للتنظيم والتخطيط •	لا /للعشوائية •
نعم/ للتطوير والتدريب •	لا /للركود والخمول•

١٣ - وأخيراً :

يحسن بمدير العلاقات، وبكل إداري، الإطلاع أولاً بأول على كل جديد في مجال الإدارة الحديثة، والتي تتجدد بتجدد الزمان والمكان والتجارب والوسائل، ومحاولة البحث والاستقصاء، والاهتمام بأبواب إدارة التغيير، وإدارة الأخطاء، وإدارة الأزمات، والقيادة الحديثة، وأنواع القادة، وصفاتهم، وغيرها ممّا ينمّي لديه الاتصاف والتحلي بحسن الإدارة والقيادة، ممّا يعينه على النهوض بإدارته ومستواه الإداري إلى النجاح والتفوق، بإذن الله تعالى •



"القيادة هي القدرة على كسب التأييد، والاتفاق، والالتزام بتحقيق الأهداف العامة، وهي أبعد من مجرد السيطرة والتسلط والمركزية والاحتكار وفرض الرأي"[١]

---

(١) أسرار النجاح في تحقيق الجودة الإدارية الشاملة.

الفصل الخامس

من فوائد المنهج النبوي في الإدارة والعلاقات

القدوة الأول : صلى الله عليه وسلم

نبينا صلى الله عليه وسلم، هو القدوة الأول، وهو الأسوة الحسنة الذي قال عنه الله عز وجل : "﴿ لَّقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ ٱللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا۟ ٱللَّهَ وَٱلْيَوْمَ ٱلْءَاخِرَ وَذَكَرَ ٱللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾ ﴾ [(١)] .

١ - علاقاته في أماكن الاجتماع :

فقد كان صلى الله عليه وسلم لا يترك فرصة بالاجتماع بالآخرين، وإقامة علاقة دعوية بينهم إلا وانتهزها، فقد كان يتبع الناس في منازلهم، وكان يحرص على موسم الحج عندما تقبل القبائل إلى مكة . قال ربيعة بن عباد الدؤلي وهو شاهد عيان " رأيت رسول الله صلى الله عليه وسلم بذي الحجاز يتبع الناس في منازلهم يدعوهم إلى الله عز وجل، ووراءه رجل أحول، تقد وجنتاه وهو يقول : " أيها

---

(١) سورة الأحزاب آية ٢١.

الناس، لا يغرنكم هذا من دينكم ودين آبائكم قلت : من هو ؟ قالوا : هذا أبو لهب "[1] .[2]

٢ - علاقاته بتقربه إلى القبائل :

وكان صلى الله عليه وسلم يحرص على كسب الكثير من القبائل إلى صفه، بدعوتهم والتقرب إليهم، وكان يتزوج من قبائل شتى ليتقرب من خلال المصاهرة إلى كبار القوم في تلك القبيلة، ويدعوهم إلى الله عز وجل .

٣ - علاقات البريد والمراسلة :

وكان كذلك صلى الله عليه وسلم يجري علاقات دعوية عن طريق البريد والمراسلة، فكان يبعث رسله إلى الملوك والأمصار، يدعوهم فيها إلى الله عز وجل، ويبشرهم

---

(١) صنعة العظماء – بتصرف -.

(٢) مسند الإمام أحمد ٤٩٢/٣ بإسنادين حسنين يقويان بعضهما إلى الصحيح لغيرة ، والمعجم الكبير للطبراني ٥٦/٥ ومستدرك الحاكم ١٥/١ .

بجنات الخلد إن اتبعوه وأسلموا لله رب العالمين، وكان يجد الاستجابة أحياناً، والصد أحياناً أخرى كثيرة، فيواجه ذلك كله بالصبر والاستمرار على دعوته ومبدأه •

٤ - علاقاته بأخلاقه :

لقد ملك صلى الله عليه وسلم بحسن أخلاقه مع الآخرين قلوب الناس، ووطّد علاقاته بهم بحبه وإحسانه وحسن أخلاقه، وتبسمه في وجوههم، وحرصه عليهم ومتابعتهم، وحثهم على الخير والعبادة، فيما ينفعهم في دينهم ودنياهم، فهو الذي يقول ويعمل ويُؤذى فيصبر، ويخدم ويساعد الآخرين، وكان يقول صلى الله عليه وسلم (**أَكْمَلُ الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا**) [1] ، وقال أيضاً :

(١) أخرجه الترمذي ١١٦٢ وأبو داوود ٤٦٨٢، وحسنه الألباني في صحيح سنن الترمذي. ٣٤٠/١ .

(إِنَّ مِنْ خِيَارِكُمْ أَحْسَنَكُمْ أَخْلاقًا) [١] وقد وصفه عز وجل بقوله : ﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ۝ ﴾ [٢]

وقال عن نفسه صلى الله علي وسلم : (إِنَّمَا بُعِثْتُ لأُتَمِّمَ مَكَارِمَ الأَخْلاقِ) [٣]

٥ - الاستماع للآخرين :

وهو مبدأ هام يتخذه صلى الله عليه وسلم في دعوته، وإدارته لأمته، وعلاقته بالآخرين • فهذا أبو الوليد يأتيه ليعرض عليه الملك، أو المنصب والجاه، أو غير ذلك، فيستمع إليه صلى الله عليه وسلم حتى انتهى من حديثه، فيناديه بكنيته قائلاً : أفرغت يا أبا الوليد ؟ •• ثم بدأ يبين له ويدعوه، وكان إذا تكلم معه أحدٌ من أصحابه أنصت بكليته، وأقبل عليه حتى يظن أحدهم أنه أحب

---

(١) أخرجه البخاري مع الفتح ٤٥٢/١٠ ومسلم ١٨١٠/٤ برقم ٢٣٢١.

(٢) سورة القلم ، آية ٤

(٣) أخرجه البيهقي والحاكم وأحمد وانظر الأحاديث الصحيحة للألباني ٧٥/١ برقم ٤٥ .

الناس إليه، صلى الله عليه وسلم، وكانت تأخذه الأَمة والعجوز لتتحدث معه عن حاجاتها، فيسمع لها حتى تفرغ ويساعدها ويقوم على حاجتها، صلى الله عليه وسلم •

٦ - كل بحسبه :

وكان من حسن إدارته صلى الله عليه وسلم، أنه يكلف أصحابه كل بحسبه وبحسب ما يتقن، فكان منهم القائد، ومنهم الأمير، ومنهم المجاهد، ومنهم كاتب الوحي، ومنهم الداعية والمعلم، ومنهم كاتم السر، ومنهم المبارز، ومنهم المستشار ••• وهكذا • فكان يضع الشخص المناسب في المكان المناسب، ويحسن الاختيار، ويتفرس صفات أصحابه وأتباعه، صلى الله عليه وسلم •

٧ - الأخلاق في كل مكان :

ولم يكن صلى الله عليه وسلم لتتغير أخلاقه ومبادئه من مكان لآخر، فأخلاقه الكريمة الحسنه في كل مكان وزمان، وفي العسر واليسر، وفي السلم والحرب، وفي السراء

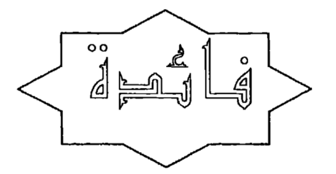
والضراء، وهذا مثل يوضح دماثة أخلاقه في أصعب الظروف وأحلكها :

ففي إحدى معاركه صلى الله عليه وسلم، وبينما يصُفّ جنوده صفاً واحداً، لا يتقدم أحد عنه ولا يتأخر، إذا بصحابي اسمه " سواد " وقد تقدم عن الصف، فوكزه النبي صلى الله عليه وسلم في بطنه ليعود إلى الصف، فيصيح ذلك الصحابي قائلاً : أوجعتني يا رسول الله، فماذا يفعل الرحمة المهداة في موقف من مواقف الدماء والأشلاء، وقد سُلت السيوف، والأعداء يتربصون، وتكاد الرؤوس تتطاير عن الأجساد، فيقول له : اقتص يا سواد، فيقول سواد : وكزتني ولم يكن على بطني شيء ! فيكشف النبي صلى الله عليه وسلم بطنه ليقتص منه سواد، فينقض سواد على بطن رسول الله يقبلها، فيقول له الرحمة المهداة: ما حملك على ذلك يا سواد؟ فيقول : أردت أن يلامس جسدي جسدك، ونحن مقبلون على ما تعلم يا رسول الله، وهكذا يضع النبي صلى الله عليه وسلم قاعدة حسن التعامل مع الآخرين، في كل وقت وكل مكان •

٨ - التحفيز عند النبي صلى الله عليه وسلم :

وكما سبق فإن التحفيز من صفات القائد الناجح، فقد كان صلى الله عليه وسلم من أعظم المتصفين بالتحفيز لأتباعه و مرؤسيه، فكان يؤلف القلوب بالعطايا، ويعطي عطاء من لا يخشى الفقر، ويقوم بتوزيع الغنائم والأنفال، وكانت أعظم وسائله للتحفيز هي ربطه أصحابه بالجنة واليوم الآخر • فكان يقوم بتحفيزهم بقوله : من يفعل كذا وكذا وله الجنة، وكان يقول لبلال : سمعت صوت دف نعليك بالجنة يا بلال، ويقول : لو سلك ابن الخطاب فجّاً لسلك الشيطان فجّاً آخر ويقول : ما ضر عثمان ما فعل بعد اليوم، عندما أنفق وتصدق، ويقول : لو كنت متخذاً خليلاً لاتخذت أبا بكر خليلاً، ويقول لآبي لبابة : أعطه النخلة ولك بها عذق في الجنة، ويبشر أصحابه بالجنة فيقوم عكاشة مسارعاً بقوله : ادع الله أن أكون منهم يا رسول الله فيقول له : فأنت منهم، ويقول لأصحابه يوماً : قوموا إلى جنة عرضها السماوات والأرض " أو كما كان يقول صلى الله عليه وسلم " وهكذا كان صلى الله عليه وسلم يتحذأعظم وسيلة للتحفيز، وكسب القلوب بربطها بالجنة والدار الآخرة •

٩ - وأما منهجه صلى الله عليه وسلم في الإدارة والعلاقات مع الناس واضح وقد امتلأت كتب السيرة بكثير من النماذج الواضحات البينات، وذكرنا هنا جزءً منها فقط، وزهرة من بستانها على سبيل المثال لا الحصر، وخلاصة القول دون تفصيل أو إجمال، فالمقصود بدى واضحاً بما سبق ونسأل الله عز وجل أن ينفع به •



قال صلى الله عليه وسلم :

" أنا زعيم ببيت في ربض الجنة لمن ترك المراء وأن كان محقاً وببيت في وسط الجنة لمن ترك الكذب وإن كان مازحاً، وببيت في أعلى الجنة لمن حسن خلقه "(١)

---

(١) أبو داوود وحسنه الألباني في صحيح أبي داوود ٩١١/٣ ، وفي سلسلة الأحاديث الصحيحة ٢٧٣ .

الفصل السادس

الإعلام وقوة التأثير .

مفهوم الإعلام وأهميته

الإعلام هو من وسائل العلاقات العامة، والتي لها أهمية بالغة جداً في التأثير والترويج والتسويق، ومن الخطأ الذي يرجع إلى عدم الفهم الواعي للإعلام، أن يعتبر الإعلام والعلاقات شيء واحد •

" ويعتبر الإعلام من أهم وظائف العلاقات العامة، ويقصد هنا بالإعلام، هو تزويد الناس بكل ما هو صحيح وصادق، من خلال تقديم المعلومات والحقائق السليمة، التي تساعدهم على تكوين رأي واقعي، نابع من فهمهم الصحيح، تجاه قضية معينة أو مشكلة من المشكلات •

كما يقصد بالإعلام أيضاً نشر الأخبار والأفكار والآراء، بين جماهير مؤسسة مّا، أو هيئة بوسائل الإعلام المختلفة : كالصحافة، والإذاعة، والتلفزيون، والمعارض، والحفلات، وغيرها، بغية التفاهم والإقناع وكسب التأييد؛ وعلى أثر ذلك يكون الإعلام أداة هامة من أدوات تحقيق برنامج : العلاقات العامة •

ويعرّف " أنجروت " الإعلام بأنه : التعبير الموضعي لعقلية الجماهير، ولروحها وميولها، و اتجاهاتها في نفس الوقت •

ومما لاشك فيه، أن الإعلام يلعب دوراً خطيراً في العلاقات العامة : وخاصة عندما نرغب في إزالة بعض الأفكار العالقة بأذهان الجماهير، أو نقوم بتصحيح بعض المعلومات الخاطئة، أو معالجة بعض التحيزات الناتجة عن الجهل، ولكننا مع ذلك نؤكد أن الوسائل الإعلامية ذات أهمية كبرى في برنامج العلاقات العامة – لا تعدو كونها – أدوات لتحقيق أهداف أخرى"[١] •

١ - تحليل عملية الإعلام [٢] :

تحتوي العملية الإعلامية على العناصر التالية :

١ - المرسل **Source**، ويقصد به الشخص أو المؤسسة التي تريد التأثير على الآخرين •

---

(١) العلاقات العامة والإعلام في الدول النامية.

(٢) المرجع السابق – بتصرف -.

٢ - المستقبل **Receiver**، ويقصد به الشخص أو الجماهير، أو الناس المتلقية لمحاولات التأثير من المرسل •

٣ - الرسالة **Message**، وهو ما يريد المرسل أن ينقله إلى المستقبِل، من الأفكار والقضايا والاتجاهات، بغرض التأثير على المستقبِل •

٤ - وسيلة الإعلام **Channel**، وهي الأداة التي تحمل الرسالة، وتربط المرسِل بالمستقبِل •

٥ - الرجع أو الصدى **Feed Back**، وهي الاستجابة التي يستجيب بها المستقبِل على رسالة المرسِل •

٢ - قوة التأثير :

ولا يخفى على أحد قوة التأثير الكبير للإعلام على مستوى الأفراد، والمؤسسات، والرأي العام • فللدعاية والإعلان أثر كبير على المتلقي، وبشكل فعال، وليس فقط للتعريف بأمر أو خدمة قضية مّا، بل حتى في تغير المفاهيم سلباً أو إيجاباً، وكسب الرأي العام، وترويج السلع والبضائع، والوصول إلى أهداف وأفكار معينة، تخدم الكثير

من المصالح المختلفة، على مستوى الدول والأفراد والمؤسسات •

ولابد أن تحرص كل مؤسسة على خدمة مجالها وتطويره وترويجه، عن طريق الدعاية والإعلان، والاهتمام بالتسويق الإعلامي لأفكارها، أو مبادئها، أو منتجاتها •• والفرق بدا واضحاً بين منتج مشهور ومعروف إعلانه في كل مكان، ولا تكاد تخلو وسيلة إعلامية من الدعاية له، وبين منتج آخر لا يهتم أصحابه بالدعاية والإعلام، وحتى ولو كان المنتجان متساويان في الجودة، أو يفوق أحدهما الآخر•

ويذكر بعض أخصائي الإعلام قاعدة إعلامية تقول : أنه أحياناً، لنجاح مشروع مّا جديد، ينبغي أن يصرف أصحابه ٧٠% من ميزانية المشروع للإعلام والدعاية، لكي يستطيع النجاح والتفوق والبروز على الساحة، المليئة بمنافسيه في نفس مجاله •

٣ - مبادئ هامة :

ومن المبادئ الأساسية الهامة في الإعلام ما يلي:

ـ اختيار الوقت المناسب للدعاية والإعلان :

فهنالك أوقات خاملة لا تصلح فيها الدعاية والإعلان، ولن يكون لها التأثير المطلوب، فاختيار أوقات الذروة في اجتماع الناس وارتياحهم أمر هام جداً •

- اختيار المكان المناسب :

كاختيار نوع الوسيلة الإعلانية وقوة تأثيرها على الجماهير •

- اختيار الصيغة المناسبة للرسالة الإعلامية :-

وللصيغة فنون ومهارات يستطاع من خلالها جذب المستقبل والمتلقي للتنبه لها والاقتناع بجودتها •

- التكرار والاستمرار :

لأن تكرر الدعاية والإعلان على المستقبل، يجعله يحفظها ويعرفها، ومن ثم يتأثر نفسياً لها، ويقتنع تدرجاً بها، والاستمرار في الدعاية والإعلان وتنوعها، شيء هام كذلك، حتى لا يكون النسيان وطول العهد مؤثراً في الاستجابة والقناعة •

٤ - الوسائل الإعلامية :

الوسائل الإعلامية كثيرة جداً، ولا تخفى على أحد من الناس، ونحاول حصرها ومقارنة جودتها وقوة تأثيرها •

وتختلف الوسائل الإعلانية بين مسموعة ومرئية كالتالي :
فمنها الإذاعة والتلفاز، والسينما والقنوات الفضائية، والإنترنت، والصحف، والمجلات، والكتب، واللوحات، واللافتات الضوئية، والمهرجانات، والحفلات، والمؤتمرات، والمقابلات الشخصية؛ وتختلف جودة تلك الوسائل باختلاف التقدم التكنولوجي، والتأثير الواقعي والحيوي لها ..

ومن أقوى تلك الوسائل الإعلامية، ما يسمى بالمقابلات الشخصية " **Face To Face** "، واللقاء مع الآخرين وجهاً لوجه، وخاصة إذا كان المرسل أو المقابل متمكناً قوياً في فنون الإلقاء والإقناع، والتأثير على الآخرين . ويرجع سبب قوة هذه الوسيلة إلى أن الشخص المرسل، يستطيع أن يرد مباشرة على أي استفسار، أو نقد، أو فهم خاطئ، يصدر عن المستقبل لتلك الوسيلة، مما تعجز الوسائل الأخرى على القيام بالرد المباشر، أو تفهم استقبال الآخرين من عدمه .

٥ - أمثلة دعائية ناجحة:

ومن الأمثلة المشاهدة لبعض الإعلانات والدعايات الناجحة ما يلي:-

- إحدى المراكز التسويقية الناجحة تزيد من نجاحها بحركة إعلانية رائعة، أوقفت من خلالها مجموعة من السيارات الفاخرة عند أبواب المركز، وكتبت لوحة عارضة لكل مارّ من أمامها، وكان نصها كالتالي :- **نحن نوزع السيارات مجاناً !!**

هذا الأسلوب لا يستطيع مقاومته الكثير من المارة، فيدخلون إلى المركز وقد بهتهم الإعلان، ولفت أنظارهم، وجعلهم يتوقعون أنهم سيحصلون على تلك السيارات عند دخولهم وشرائهم من المركز .. ؟!

- إحدى الهيئات الخيرية تضع إعلاناً مكتوباً بخط واضح، وألوان مميزة وجذابة، في مكان تجمع للسيارات والمارة كان نصه كالتالي :

هل تريد أن يكون لك بيت في الجنة : مشروع بناء المساجد ؟ فمن من الناس لا يريد ذلك ؟! فيتأثر الأخيار بالإعلان إيجاباً وتكون النتائج الطيبة ..

استغلال بعض الوسائل الإعلانية المرئية، لأوقات الذروة، في أغلبية تواجد الناس في منازلهم، ومشاهدتهم

لبعض البرامج، لاستقطاع وقت للإعلان والدعاية، بينما يترقب الناس ويشاهدون بكل حماس، فيكون للإعلان الأثر الواضح الكبير •

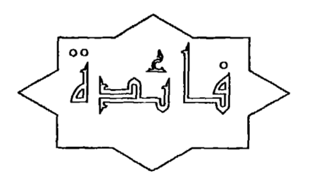
- والأمثلة كثيرة جداً ونجاحها هو الرأي العام، الذي ينتج عند سماعها أو مشاهدتها، ومن ثم التفاعل الحي معها ••

٦ - وأخيراً :

فإننا نؤكد على أن الإعلام هو إحدى الوسائل الهامة جداً للعلاقات العامة، والتي تخدم برنامجها بشكل واضح وقوي، ويكون لها الأثر البالغ في خدمة الأهداف العامة المنشودة •

كما ينبغي الاستفادة من الإعلام كوسيلة شريفة، تخدم الهدف المنشود، دون خداع، أو إغراء، أو وسيلة استمالة، حيث أنه يقوم على الحوار الديمقراطي، والمناقشة الشريفة، بعيداً عمّا سبق ذكره، من الغش والخداع، واستمالة الأهواء، واستغلال النفوس الدنيئة، كما يحدث في بعض وسائل الإعلام، من استغلال الشهوات والأهواء، وإنقاص

قيمة المرأة بجعلها سلعة يباع بها ويشترى، واستغلال الإغراء الجسدي، والتفسخ والعُري من أجل جذب النفوس والشهوات، وترويج السلع من خلالها ••!!



لابد من التطور والتحسين المستمر لجميع الأعمال والأنشطة، لغرض التجديد، والتطوير، وتوظيف أي جديد يساهم في رفع مستوى الأداء والكفاءة [1] ...

---

(١) أسرار النجاح .

الفصل السابع

العلاقات بالرسائل البريدية الناجحة

الرسائل البريدية من وسائل العلاقات الناجحة لكل فرد أو هيئة أو مؤسسة، وأكثر من يستخدمها هم المؤسسات والهيئات الخيرية، وهي هامة جداً لكل مؤسسة •

١ - من فوائد الرسائل البريدية:

- توثيق العلاقات بالعملاء •
- اطلاع العملاء على الجديد لدى المؤسسة •
- كسب عملاء جدد •
- كسب عموم الرأي العام المخاطب •
- المساهمة في الوصول إلى الأهداف المنشودة •
- ترويج السلع وتسويق المنتجات والمشاريع •
- الدعاية الإعلامية أثناء الرسالة •
- تجدد الأساليب وتنوعها•

٢ - أنواع الرسائل البريدية:

- رسائل بريدية إعلامية تعريفية •
- رسائل بريدية تسويقية لسلعة معينة •

- رسائل بريدية توثيقيه خاصة بالعملاء، وتتحدث عن الجديد لدى المؤسسة .

٣ - أهم محتويات الرسائل البريدية :

١ - الظرف الخارجي ، ٢ – الرسالة ، ٣- المنشور الدعائي

ويعضهم يضيف الظرف العائد بعنوان واضح، وطابع مدفوع القيمة، للتشجيع على الرد والاستجابة، وكذلك الهدية المرفقة، والصور والمقالات، ويعضهم يضع قسيمة للشراء أو التبرع، وهكذا .

٤ - الظرف الخارجي :

وهو الذي توضع بداخله الرسالة والمنشور الدعائي وغيرها، وينصح أن يختار حجم غير عادي ولون غير عادي، محتوياً على عبارة محفزة، لجذب انتباه المتلقي، وتحفيزه لفتح الظرف و قراءة ما في داخله، ومن الأمثلة على تلك العبارات المحفزة :

- **افتح فوراً . . فرصة استثمار .**

- مرحباً بك معنا !!
- صداقة .. وتواصل .
- معاً نستطيع الوصول إلى الأفضل .
- الجودة قبل كل شيء .

ومن الأمثلة الجيدة لبعض مظاريف الهيئات الخيرية :

- فرحة العيد .. لمن ؟!!
- مازالت الدنيا بخير .
- ألا تحبون أن يغفر الله لكم ؟
- حلم المستقبل يتحقق معنا ..

وبذلك تستطيع تحفيز المتلقي لفتح ذلك الظرف، وتكون قد حققت ٥٠٪ من مهمتك بنجاح .

ولابد أن يكون الظرف مطبوعاً طباعة فاخرة، يجذب إخراجه كل من يصل إليه، ويحفزه لفتحه .

٥ - الرسالة :

وينبغي أن تكون الرسالة قصيرة وليست طويلة، بحيث أن تكون غير مُملة ولا مخلة، قوية اللغة والتركيب والسبك، وموزعة إلى مقاطع، وذات خط واضح وكبير.

وتحتوي الرسائل على أربعة عناصر أساسية :

أ- مدخل الرسالة ب - المطلوب ج - النتيجة والفائدة

د – الخاتمة •

أ - مدخل الرسالة :

ومن الجيد أن يكون المدخل ملفتاً للنظر، كأن يوضع شكل غير مألوف في الرسالة •

وتكون الرسالة موجهة لشخص بعينه ولا تكون عامة، ليحصل الاهتمام بها من قبل المخاطب، ومن ثم يحتوي المدخل كذلك على السلام والترحيب والسؤال عن الحال •

ب - المطلوب :

ويكون واضحاً ومحدداً وغير متشعب، وبإلحاح دون إملال، ويوضح من خلاله الهدف الرئيسي من الرسالة، والشيء المطلوب فعله من المتلقي، كأن يطلع على جديد المؤسسة أو يشتري سلعة مّا، أو يكون مندوباً ومسوقاً أو يكون داعماً ومساهماً •

ج - النتيجة و الفائدة :

ويعرض من خلالها نتيجة ذلك الطلب، وفائدة التفاعل معه والأثر المترتب عليه، كأن يتضح أنه ينتج عن ذلك عند شرائك لسلعة مّا، ارتياحك وتقليل جهدك، أو خدمة وراحة

عائلتك، أو سيكون لك من المميزات كذا وكذا، أو تحصل على الثواب والأجر وغير ذلك •

د - الخاتمة :

وتحتوي الخاتمة على الشكر والتقدير عند التفاعل، والدعاء بالخير، وطريقة التفاعل وسهولة الوصول لذلك • ومن ثم كتابة اسم المرسل، ومنصبة وتوقيعه بشكل واضح، وبلون مختلف • كما يمكن كتابة ملحوظة هامة ملفتة للنظر، وبخط اليد "لتميزها" كأن يكتب : ملحوظة : بادر فوراً ولا تتردد وسارع باقتنائها، أو غير ذلك بحسب المضمون والمطلوب •

٦ - المنشور الدعائي " البروشور":

ويكون مميزاً بالألوان الجذابة، والصور الملفتة للنظر مع قلة الكتابة، ويحرص فيه على التركيز على الأرقام والحقائق، والفوائد العلمية، والنتائج المذهلة والمجربة، مع وضوح العناوين، وأرقام الهواتف، والمعلومات الهامة •

٧ - من المخاطبون بالرسائل البريدية ؟!

- كبار العملاء، ومن تحرص على الاهتمام الأكبر بالعلاقة معهم •
- أهل الاهتمام والاختصاص بالمراد والمطلوب •• كأن يسوق لجهاز كهربائي بالجملة، فنخاطب تجار الأجهزة الكهربائية بالتجزئة وهكذا •••
- العملاء :
لتقوية العلاقة معهم والرقي بها إلى الأفضل •
- الرأي العام عموماً :
للتعريف والدعاية وكسب العملاء الجدد من خلال ذلك •

٨ - عوامل نجاح الرسائل البريدية :

" عملت دراسة في الولايات المتحدة بخصوص الحملات البريدية للمنظمات الخيرية، فوجدت أن عوامل النجاح هي كالتالي :

- ٥٠٪ تتعلق بسمعة المنظمة أو المؤسسة والقائمين عليها •

- ٣٥% تتعلق بنوعية الناس الذين تتم مراسلتهم •
- ١٥% تتعلق بالإخراج الفني للحملة البريدية " (١)

وفصل بعضهم ذلك على النحو التالي :

- ٥٠% للانطباع عن المؤسسة والقائمين عليها وشهرتها ورسالتها •
- ٢٥% اختيار قائمة العناوين •
- ١٠% للرسالة •
- ٥% للتصميم الفني •
- ٥% للترتيب والنظام في الرسالة•
- ٥% لطريقة الطلب والفكرة الدعائية[١]

٩ - الشكر عند التفاعل :

ينبغي على المؤسسة أن تباشر بإرسال خطابات الشكر والتقدير بإسلوب جديد وشكل مبتكر لكل من يتفاعل معها بتعاون أو تفاعل أو أي مساهمة أخرى، مما يزيد من

---

(١) تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية – بتصرف -.

(١) فن جمع التبرعات.

اطمئنان ذلك العميل وزيادة رغبته في التعامل مع تلك المؤسسة •

١٠ - دلائل نجاح الحملة البريدية [١] :

نسبة الرد إلى عدد الرسائل البريدية :

- ١% إلى ٣% نجاح متوسط •
- ٣% إلى ٥% نجاح جيد •
- ٥% فأكثر نجاح ممتاز •

١١ - أمور هامة :

• - التأكد من صحة العناوين البريدية مما يزيد الجودة والإتقان للرسائل البريدية •

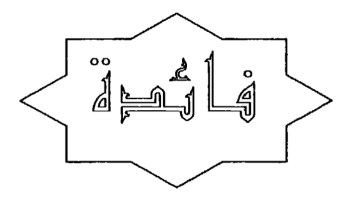
---

(١) مذكرة سمارت للحاسب الآلي – خطة عمل لتنفيذ حملة بريدية ناجحة -.

• - عمل خطة جيدة كبرنامج متابعة للمتفاعلين عن طريق الرسائل البريدية والإهتمام بهم وكسبهم وزيادة التعاون معهم •

• - يمكن توزيع هذه الرسائل عن طريق بعض الشركات والمندوبين والمدارس والجهات المختلفة بالإضافة إلى البريد •

• - الرسالة البريدية إحدى وسائل العلاقات الناجحة كوسيلة إعلامية دعائية بالدرجة الأولى وتوثيقية بالدرجة الثانية وتسويقية بالدرجة الثالثة •



التميز والابتكار والخروج عن المألوف، مما يزيد من التفاعل والإيجابية •

الفصل الثامن

فنون الكسب والتأثير .. !!

رجل العلاقات شخص متميز، ويلزمه الاتصاف بفنون الكسب والتأثير على الآخرين، حيث أن كسب الناس والقدرة على إقناعهم والتأثير فيهم، شيء هام جداً لرجل العلاقات، لذلك كان من المهم عليه أن يتصف **بالجاذبية الشخصية** : **Personal Magnetism**، ويتصف بصفات الشخصية الساحرة، أو المؤثرة، أو ما يسمونه بالكاريزما الشخصية، والذي يسمى في بعض المصطلحات الأخرى بالمغناطيس الشخصي •

وتعرف دائرة المعارف السيكولوجية سحر الشخصية على النحو الأتي:

١ - العنصر النفسي الذي لا يرى، وهو القائم على النشاط الروحي في مناحي الحياة العقلية والعاطفية والمعنوية •

٢ - عنصر التوازن والانسجام، الناشئ عن الاستقامة والنبل والأخلاق [1]

١ - قصة تاريخية :

---

(١) دائرة المعارف السيكولوجية – المجلد الأول -.

يحكى أن السلطان عبد الحميد - سلطان الدولة العثمانية – قد علم ذات يوم، أن الجيش العثماني في حاجة إلى قائد، وأنه قد اختير أحد الضباط لهذا المنصب، ولم يبق لتعيينه النهائي غير قبول السلطان به، فدعا السلطان عبد الحميد ذلك القائد الجديد ليمثُل بين يديه، ولكن بعد أن لبس تاجه وجلس على عرشه، وتزين ولبس الثياب التي توليه وقاراً على وقار، فما إن دخل القائد حتى اضطرب وارتبك أمام شخصية سلطانه، وارتج عليه فلم يملك أن يقول كلمة .. فما كان من السلطان عبد الحميد إلا أن أمر بتنحيته عن قيادة الجيش .. فاستطاع بسحر شخصيته وهيبته أن يختبر ذلك القائد، الذي لم يكن كفؤاً لهذا المنصب الكبير .

٢ - الطريقة المثلى لكي تصبح صاحب شخصية جذابة ومؤثرة :

إن أفضل طريقة لاكتساب الجاذبية الشخصية، أو سحر الشخصية، هي ما دعا إليه الإسلام وأكد عليه، وهي ما

اتصف به صاحب أكبر شخصية جذابة، وهو المصطفى محمد صلى الله عليه وسلم : ألا وهي " حسن الخلق" ••

لست مبالغاً في ذلك، من خلال هذه الصفة تخرج جميع الصفات، والسمات والوسائل المتبعة لشخصية جذابة مؤثرة، كيف لا، وقد نقل النبي صلى الله عليه وسلم بأخلاقه وقوة تأثيره (ويفضل الله أولاً)، الناس من عبدة أوثان وأحجار وعصبية وتناحر، إلى أمة مؤمنة تحكم العالم وتؤثر فيه •• وكما قال الشاعر فيه :

شهد الأنام بفضله حتى العدى والفضل ما شهدت به الأعداء

وكل ما سيأتي ويذكر في هذا الكتاب، هو دعوة صريحة لشخصية جذابة مؤثرة، أساسها الأخلاق الحسنة و الحميدة، والإتصاف بمكارم الأخلاق مع الناس جميعهم، كبيرهم وصغيرهم، وذَكرهم وأنثاهم، وعالمهم و جاهلهم، والقائد والمقود، والبائع والمشتري ••• وهكذا •

٣ - حسن الخلق في سطور :

تعريف حسن الخلق :

عرف بعدة تعاريف، منها ما يلي :

١ - هو بذل الندى، وكف الأذى، واحتمال الأذى، وهو بذل الجميل وكف القبيح [١]

٢- وهو : التخلي من الرذائل ، والتحلي بالفضائل .

٣- وقال شيخ الإسلام ابن تيمية يرحمه الله : " وجماع الخلق الحسن مع الناس، أن تصل من قطعك بالسلام والإكرام، والدعاء له والاستغفار، والثناء عليه، والزيارة له، وتعطي من حرمك من التعليم والمنفعة، والمال، وتعفوَ عمن ظلمك في دم، أو مال، أو عرضٍ وبعض هذا واجب، وبعضه مستحب" [٢] .

٤- وقال الماوردي رحمه الله، في وصف صاحب الخلق الحسن :

" أن يكون سهل العريكة، لين الجانب، طليق الوجه، قليل النفور، طيب الكلمة " [٣] .

٥- وقال صلى الله عليه وسلم : (إِنَّ العَبْدَ لَيَبْلُغُ بِحُسْنِ خُلُقِهِ دَرَجَةَ الصَّائِمِ القَائِمِ) [٤] .

---

(١) مدارج السالكين ٢/٢٩٤.
(٢) مجموع فتاوى شيخ الإسلام ابن تيمية ١٠/٦٥٨ .
(٣) أدب الدنيا والدين /٢٤٣ . (٤) أخرجه أبو داود والحاكم وصححه الألباني في السلسلة الصحيحة ٧٥٩ .

وقال أيضاً : (وَأَعْظَمُ مَا يُدْخِلُ النَّاسَ الجَنَّةَ تَقْوَى الله وَحُسْنُ الخُلُقِ) [١] .

وقال أيضاً :(حُسْنُ الْخُلُقِ، وَحُسْنُ الْجِوَارِ، يعْمرانِ الدِّيارَ، وَيَزِيدَانِ فِي الأَعْمَارِ) [٢] .

٤ - الطرف الأخر .. ماذا يريد ؟!

ينبغي على الشخص المؤثر، أن يعرف ماذا يريد الطرف الآخر ؟! ما الذي يحبه الناس ويميلون إليه ويقتنعون به، حتى يستطيع أن يتصف بذلك، أو يعالجه إذا خالف الصواب، بطريقة يحبها الناس كذلك ..

يقول " **ديل كارينجي**" :

(السر الأكبر في معاملة الناس هو تقديرهم لأن كل

---

(١) أخرجه الترمذي وابن ماجة وابن حبان والحاكم ، وصححه الألباني في صحيح سنن الترمذي ١٩٤/٢ .

(٢) رواه أحمد عن عائشة وصححه الألباني في السلسلة الصحيحة ٥١٩ .

إنسان لديه الرغبة في أن يكون شيئاً مذكوراً) [1]

ويقول "**جون ديوي**":

(أعمق دافع للإنسان إلى العمل هو الرغبة في أن يكون شيء مذكوراً) [2] .

إذاً، فتقدير الآخرين وحبهم للذِّكر الحسن من الناس، أمرٌ هام في المعاملة مع الناس والتأثير عليهم، فالناس تحب من يذكرهم بخير، ويثني عليهم، ويقدرهم، ويحترم آرائهم، ويشاورهم، ويبادلهم أطراف الحديث، وغير ذلك .. والمهم **أن نعرف ماذا يريد الآخرون وبمن يقتنعون ؟!**

يقول " **ديل كارينجي** " :

" إذاً، الطريق المفضية إلى التأثير في الشخص الآخر، هي أن تحدثه فيما يحبه هو ويرغب فيه، وأن تدله على طريق الحصول عليه " [3] .

---

(٣) كيف تكسب الأصدقاء وتؤثر في الناس .

(٢) كيف تكسب الأصدقاء وتؤثر في الناس .

(٣) كيف تكسب الأصدقاء وتؤثر في الناس .

٥ - قَوِّ علاقاتك :

الميزة الأولى للجاذبية الشخصية هي، أنها تؤدي إلى تكوين علاقات أكثر قرباً وحميمة مع الآخرين، وحيث أن عدداً كبيراً ممن تقابلهم في حياتك سيجدونك شخصية متألقة، فإنهم سينجذبون إليك للأسباب الآتية :

١ - الأشخاص ذوو الجاذبية الشخصية، يتركون انطباعات عاطفية إيجابية لدى الآخرين .

٢ - يفضل الأشخاص أن يراهم الآخرون مع شخصية جذابة ويتفاخرون بهذا .

٣ - الشخصية الجذابة أكثر وُدّاً ولطفاً في المعاملة .

٤ - العمل مع، أو لدى، شخصية تتمتع بالجاذبية توقد حماس من يعمل معها، وتستنفر طاقاته [١] .

٦ - وسائل بناء وتأسيس شخصية جذابة:

لبناء أساس قوي لشخصيتك الجذابة هنالك وسيلتين :

---

(١) الجاذبية الشخصية.

١ - اكتساب السمعة الطيبة بين الناس والمحافظة عليها :
ويكون ذلك بحسن الخلق، وحسن التعامل مع الآخرين، والمحافظة على الواجبات، وترك المنهيات •
٢ - استعراض الخبرات وإظهار المواهب :
حيث أن ظهور ذلك علمياً أو عملياً، سيؤثر في إعجاب الآخرين وانجذابهم إلى تلك الشخصية، صاحبة المواهب والخبرات والتمييز الواضح •
ويعتبر هذان الأساسان مهمان بعد ذلك في زيادة ثقة ذلك الشخص بنفسه، وتحليه بالأدوار القيادية، التي تمكنه من التأثير على الآخرين •

٧ - الشخصية الجذابة و"فنون الكسب والتأثير":

لكي تكون صاحب شخصية جذابة، قادرة على كسب ثقة الآخرين والتأثير عليهم •• فاحرص على التحلي بهذه الباقة العطرة من الصفات :

٨ - ابتسم وكن بشوشاً :

الابتسامة تأسر القلوب، وتريح الأعصاب، وتجذب النفوس، وتأخذ الألباب، فهي خيرٌ وصدقة، وهي كسب للآخرين وفن من فنون التأثير على الناس • يقول النبي صلى الله عليه وسلم : (**تَبَسُّمُكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ**) [١] • ويقول : (**لاَ تَحْقِرَنَّ مِنَ الْمَعْرُوفِ شَيْئًا وَلَوْ أَنْ تَلْقَى أَخَاكَ بِوَجْهٍ طَلْقٍ**) [٢] • فالابتسامة الصادقة، والبشاشة التلقائية الغير متكلفة، هي مانريد •

٩ - الفكاهة والطرافة :

وهي من وسائل كسر الحواجز، وتقريب القلوب وكسبها، فالناس يحبون الطرفة والدعابة، ويحبون أصحابها، وتميل قلوبهم إلى ذلك •• فإدخال روح الطرافة والدعابة بتوازن واعتدال، ودون السخرية بأحد، ممّا يقربك إلى الآخرين •

---

(١) رواه الترمذي ١٩٥٦ .

(٢) رواه مسلم ٢٦٢٦.

١٠ - ثلاثة تأسر القلوب :

ذَكر ذلك، الخليفة الراشد عمر بن الخطاب رضي الله عنه، بقوله : ثلاثة يثبتن لك الوُد في صدر أخيك :

أن تبدأه بالسلام •

وتوسع له في المجلس •

وتدعوه بأحب الأسماء إليه •

فهي المبادرة بالتحية والسلام، وهي إجلاسه بجوارك والاقتراب منه، وهي احترامه بمناداته بما يحب من الكنى والأسماء •

١١ - أحسن إلى الناس :

فمساعدة الآخرين والإحسان إليهم من أهم وسائل كسبهم، يقول الشاعر :

أحسن إلى الناس تستعبد قلوبهم فطالما استعبد الإنسان إحسان

فكن خدوماً وساعد الناس على قضاء حوائجهم •

١٢ - دماثة الأخلاق :

وهي ولاشك ركن الشخصية الجذابة، وحصنها الحصين وقد سبق توضيح ذلك ••

١٣- هل أنت قدوة ؟!

ويتعين على صاحب الشخصية الجذابة أن يكون قدوة عملية في جميع أموره، إذا تحدث في أمر مّا كان أول من يطبقه، وإذا دعي إلى شيء تحلى به •

١٤ - هندامك •• وأناقتك :

فالاهتمام بالشكل والمظهر أمر هام جدّاً، وله تأثيره القويّ على الآخرين، فاحرص على نظافة ملابسك وأناقتها، وكن طيب الرائحة زكي النفس •

١٥ - تعلم حسن الإنصات :

فالقليل من الناس لديهم مهارة الاستماع إلى الآخرين، وحسن الإنصات لحديثهم، فالناس تحب من يستمع إليهم وترتاح للحديث معه دائماً •

١٦ - محبة الناس والحرص عليهم :

أَشْعِرِ الآخرين بحبك لهم، وارتياحك للحديث معهم، وأشعرهم بحرصك عليهم، وعلى مصالحهم و فائدتهم ••

١٧ - كن موسوعة ثقافية :

الاهتمام بالقراءة والاطلاع في الكتب، والصحف والمجلات، والثقافة العامة، والجديد في الساحة، والأحداث التي تجري، والتحليلات الجيدة، يزيد من اقتناع الناس بك!!

١٨ - في كل وقت •• وفي كل مكان :

فاستخدام وسائل الكسب والتأثير والجاذبية، ليست محصورة في أوقات أو أماكن معينة •• فما أصعب أن تحسن

التعامل مع أصدقائك في العمل، وتسيء تعاملك مع أهلك، أو بمجرد ركوبك لسيارتك وازدحام الطرق، أو يكون ذلك في الصباح الباكر ويختلف مع تقدم الوقت وتأخره، أو عند تغير المزاج وراحة البال •• فأنت صاحب علاقات جيدة في كل وقت •• وفي كل مكان •

١٩ - التأدب مع الناس واحترامهم :

إن تقدير الآخرين، واحترامهم والتأدب في الحديث، وحسن التصرف معهم، من الأساسيات الهامة لكسب ودهم وتقديرهم، وممّا يُسَهل التأثير عليهم •

٢٠ - الهموم والمشاكل :

صاحب الشخصية الجذابة والعلاقة الحميمة، يحرص على المواساة وحل المشاكل للناس، والمساعدة في ذلك، ويكون صاحب شفاعة حسنة، وقدرة على فهم أسباب المشكلة ومظاهرها وعلاجها •

٢١ - افهم الآخرين :

فهمُ النفوس، وتقدير الظروف، ومعرفة ما يحب الناس وما يكرهون، من الصفات الجميلة التي يتحلى بها كل صاحب شخصية جذابة مؤثرة •

٢٢- تهادوا تحابوا :

وهي قاعدة نبوية وضحها النبي صلى الله عليه وسلم، فالهدية من صاحب الشخصية الجذابة شيء آخر، يأخذ القلب ويأسر الوجدان •

٢٣- إدارة وقيادة :

فسحر شخصيته وجاذبيتها يساعده على الاضطلاع بكل أدوار القيادة التي تسند إليه، إقناع وإلهام وتأثير وتحفيز وحسن إدارة وتخطيط وتنظيم •

٢٤ - الحماس والتشجيع :

كن متحمساً عند أداءك لأي عمل تقوم به، وأظهر حماسك وقم بتشجيع الآخرين وتحفيزهم، و اعمل كل ما يسند إليك بإتقان، وستجد النتائج الرائعة تبدو على وجوه الآخرين تجاهك •

٢٥ - الجدية في موضعها :

فلابد أن تكون جاداً عملياً في موضع الجد، صاحب شخصية قوية، تقدر للأمور قدرها، فلا مزاح ولا هزل ولا سخرية، في مواطن الجد والاجتهاد •

٢٦ - الكرم والتضحية :

البذل والتضحية والكرم، ممّا يكسب القلوب ويأسرها، ويدفع الناس إلى المحبة والقبول والإقناع، ويكون البذل والتضحية بالنفس والمال والجهد والوقت •

٢٧- العلاقات الاجتماعية الجيدة :

كوّن علاقاتك الاجتماعية وقوّها، فبمجرد أن لديك شخصية جذابة، ستزداد دائرة علاقاتك وتتسع، فقم بتوجيهها توجيهاً صائباً، يتناسب وحجم اهتماماتك وما الذي تريده من الآخرين •

٢٨- داعب خيال الآخرين [١] :

استخدم التعبيرات المبهجة، واختر من الكلمات أجملها وأقواها تأثيراً، وامدح الناس بما يتصفون به، أكثر من التشبيهات والمجاز، كأن تقول :

- يجب أن يثق بنا عملاؤنا فيما يتعلق بأموالهم، مثلما يثقون بالأطباء فيما يتعلق بصحتهم، وهكذا، وكن صاحب رواية وحكاية، تلطف أحاديثك مع الناس بالقصص والحكايات الجميلة المؤثرة، وقم بتوظيف بصيرتك فالناس ينجذبون للأشخاص الذين يساعدونهم على فهم ما يختفي وراء الأحداث أو بين السطور • فكن صاحب قدرة على فهم المواقف بطريقة تختلف عن الآخرين • وكن صاحب تفكير إبداعي وابتكاري، وإيجاد طرق جديدة ومبتكرة، والخروج

---

(١) الجاذبية الشخصية – بتصرف شديد -.

عن المألوف، وفكر بطريقة إيجابية، وذلك بتحويل النتائج السلبية الغير مرضي عنها، إلى نتائج إيجابية دون يأس أو تحبيط أو برود •

٢٩ - شاور الآخرين واقبل نقدهم :

المشاورة مبدأ شرعي دعا إليه الكتاب والسنة وهو ممّا يُكسب محبة الآخرين، ويزيد من ثقتهم، مع تقبل الانتقادات البناءة، والاستفادة منها للوصول إلى الأفضل •

٣٠ - احرص على وسائل الاتصال الصامتة :

تأكد من نظراتك للطرف الآخر، والتي تحمل الدفء والودّ، لا تجلس شابكاً لأصابعك، اقترب ممن يحادثك، استخدم إشارات اليد بتلقائية، لكن دون أن تتجاوز مستوى كتفيك، استخدم الابتسامة المتكررة، والنقر على المائدة بأصابعك أحياناً ••

٣١- الهندسة النفسية، أو ما يعبرون عنه بالألفة والبرمجة اللغوية NLP :

تعلم مهارة مجاراة الآخرين في إيماءات الوجه، وإشارات اليد، ونبرة الصوت، وحتى معدل التنفس، فإذا استطعت أن تفعل هذا الأمر بصورة طبيعية، ودون تكلف فستبني نوعاً من الألفة مع الآخرين دون جهد أو تكلف •

٣٢- كن صريحا واضحا وناصحاً أميناً :

الصراحة والوضوح يتمتع بها أصحاب الشخصيات الجذابة، فتنطلق ألسنتهم بما يعتمل داخل سرائرهم، مع الحكمة ومراعاة الأحاسيس، وناصحاً يحب الآخرين، معلماً وصديقاً يساعد الآخرين على تطوير أنفسهم والارتقاء بها•

٣٣ - استثمر الجلسات المنفردة :

وهي ممّا يقوي الروابط مع الآخرين، فتخصيص وقت للحديث المنفرد مع شخص مّا، ممّا يقوي الرابطة ويدعم صورة الشخص الجذاب أمام الآخرين •

٣٤ - الجاذبية أثناء العمل :

الإتقان وحسن الأداء، ووجود الخبرات والمهارات، والانغماس في العمل بانشراح، ممّا يؤكد الشخصية الجذابة، ويؤثر في الآخرين •

٣٥ - جاذبية وسائل الإقناع [١] :

فللإقناع وسائل كثيرة، وتكمن الجاذبية الشخصية في تمكن الشخص من أكثر وسائل الإقناع والتأثير وتنوعها : كالإقناع بضرب الأمثال، والإقناع بالاستفهام، والإقناع بالقصص، والمقارنة، والصورة الذهنية، والنقل الفعال للمعلومات، وبالعرض المباشر وتوضيح المزايا والعيوب،

(١) فنون الحوار والإقناع – بتصرف -.

والإقناع بالإلقاء المتقن وقوة التعبير، واستخدام المجازات وغيرها .. مما يزيد الجاذبية والتأثير .

٣٦ - وأخيراً :

فإن خلاصة فن الكسب والتأثير، أن تكون صاحب أخلاق كريمة نبيلة، وحب للآخرين، وحرص على التغير والوصول نحو الأفضل دائماً، والاجتهاد في كل وسيلة لا تخالف المبادئ الشرعية السامية، وتمكنك من الوصول إلى قلوب الناس، ليسهل عليك التأثير عليهم كداعية إلى مبادئ الخير، أو لعمل علاقات تخدم الأفراد والمؤسسات .

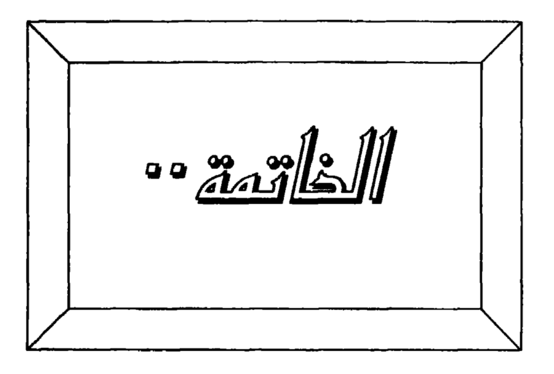


قال الشاعر :-

ما الفخر إلا لأهل العلم إنهم
على الهدى لمن استهدى أدلاء

وقدر كل امرئ ما كان يحسنه
والجاهلون لأهل العلم أعداء

ففز بعلم تعش به حيا أبدا
الناس موتى وأهل العلم أحياء


الخاتمة ..

الخاتمة :

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله، وبعد :

فإنني أسأل الله عز وجل، أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، وأن ينفعنا به جميعاً، كما أتمنى أخي القارئ، أن تكون قد خرجت معي بفائدته الأساسية والهامة، والتي أعتبرها هي لُب الكتاب وأساس فكرته، ألا وهي : الدعوة إلى مكارم الأخلاق عن طريق العلاقات العامة .

فقد اجتهدت أن يكون ذلك هو شعار الكتاب ومبدأه الأساسي، وقد أكون قد سلكت في بعض جوانبه منحىً علمياً بحتاً، وذلك ليتكامل العِقد، ويخرج على أكمل الوجوه بإذن الله تعالى، كما أنني حرصت في هذا الكتاب، وتدعيماً للدعوة إلى مكارم الأخلاق، حرصت على تسطير فنون الكسب والتأثير من واقع التجربة والبحث، و القراءة والاستفادة من خبرات الآخرين، ليستفيد منها رجل العلاقات في كسبه للآخرين ممن يتعامل معهم، وليستفيد

منها كذلك الداعية إلى الله، فهو أحرى بالفائدة من هذه الأمور، لينفع الله بنوره وعلمه الآخرين، ويبني أساس دعوته على مكارم الأخلاق، والحكمة والموعظة الحسنة، والتيسير والترغيب، وكسب الآخرين •

وقد بدأت هذا الكتاب بذكر الماهيّة والتعريف، وأهمية العلاقات العامة، ثم بمهام العلاقات وصفات أصحابها وفنونها، ثم تطرقت إلى أهمية العلاقات العامة في قطاع الأعمال الخيرية، ووضعت بعض الفوائد الإدارية لمدير العلاقات الناجح، واستقيت بعض فوائد المنهج النبوي، على صاحبه الصلاة والسلام، في الإدارة والعلاقات مع الآخرين، ثم تحدثت عن الإعلام وقوة تأثيره كجزء حيوي من أعمال العلاقات العامة، ثم تطرقت لبعض وسائل العلاقات، كالمراسلات البريدية وما شابهها، ثم ختمته بذكر بعض فنون الكسب والتأثير على الناس، ليستفيد منها رجل العلاقات أثناء إقامته لعلاقات متينة، تنفع عمله ومؤسسته، وتقوي الروابط، وتدعو إلى مكارم الأخلاق •

وذلك جهد المقِل، أردت من خلاله الخروج بالهدف المنشود، والفكرة السامية، والدعوة إلى تلك المبادئ النبيلة، وأوضحت من خلاله كذلك أهمية تكوين روابط اجتماعية

علاقاتية، لإنجاح الأعمال المؤسسية والفردية، والرقي بمستواها إلى الأفضل ٠

ويسرني أن أشكر كل من قام بتشجيعي على إتمام هذا الكتاب، وفي مقدمتهم والدي العزيز، فهو صاحب السبق في هذا المجال، وهو من خاض ميدان التأليف والبحث منذ نعومة أظفاره حفظه الله،كما أشكر زوجتي الفاضلة التي هيأت لي الأجواء المناسبة للبحث والإطلاع والتأليف وكذلك بعض الإخوة والزملاء الأفاضل، كما أثني بالشكر كذلك على مقدم الكتاب، وبعض أساتذتي الفضلاء على توجيهاتهم ومشوراتهم الطيبة، وأسأل الله عز وجل أن يجزل للجميع المثوبة والأجر، وأن ينفع بهذا الجهد، إنه ولي ذلك والقادر عليه ٠

المؤلف :

كمال بن شعبان عبد العال

ص ٠ ب : ٣٩٤٠ الطائف

e-mail : kamal x @ maktoob.com

١٤٢٠هـ

قائمة المراجع :

١) القرآن الكريم

٢) المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم لمحمد فؤاد عبد الباقي

٣) فتح الباري شرح صحيح البخاري ، ابن حجر العسقلاني

٤) شرح صحيح مسلم ،للنووي ،

٥) مسند الإمام أحمد ،الإمام أحمد بن حنبل ،

٦) المعجم الكبير للطبراني ، الطبراني ،

٧) مستدرك الحاكم ، الحاكم ،

٨) صحيح سنن الترمذي ، للألباني ،

٩) صحيح سند أبي داود ، للألباني ،

١٠) سلسلة الأحاديث الصحيحة ، للألباني ،

١١) مجموعة فتاوى إبن تيمية ،

١٢) مدارج السالكين ، لابن القيم ،

١٣) أدب الدنيا والدين، للماوردي ،

١٤) السيرة النبوية ، لابن هشام ،

١٥) الرحيق المختوم للمباركفوري ،

١٦) العلاقات العامه والإعلام في الدول النامية ، محي محمود حسن و سمير منصور ،
١٧) المفاوض المثالي ، " كيفن كين " ترجمة د ، حسن رحب ،
١٨) التعامل مع من لا تطيقهم "ربك بيرينكمان وريك كيرشيز"
١٩) التغيير الذكي ، د ، على الحمادي ،
٢٠) كيف تنمي قدراتك على تحفيز الآخرين ، "جون آلن" ترجمة سامي تيسير ،
٢١) سبيلك إلى السعادة والنجاح ، سمير شيخاني ،
٢٢) كيف تكسب السعادة ، " برتراندراسيل " تعريب منير البعلبكي ،
٢٣) كيف تكسب الأصدقاء وتوثر في الناس ، "ديل كارنجي" تعريب عبدالمنعم الزيادي ،
٢٤) مكارم الأخلاق ، رضي الدين أبي نصر ،
٢٥) سوء الخلق ، محمد بن ابراهيم الحمد ،
٢٦) ارتقاء الإنسان ، " ج.بروفيسكي " ترجمة د/ موفق شخاشيرو ،
٢٧) المسئولية ، د ، محمد أمين المصري ،
٢٨) مقومات الداعية الناجح ، سعيد بن على القحطاني ،

٢٩) دائرة المعارف السيكولوجيه • دار صادر بيروت •

٣٠) تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية • سليمان العلي •

٣١) تجنب ٢٤ خطأ من أخطاء المبيعات • " بيتر هوفمان " مركز التعريب •

٣٢) ٢٤ قاعدة لتصبح مندوب المبيعات الناجح • " بيتر هوفمان " / مركز التعريب •

٣٣) نحو التآلف والاتفاق • " روجر فيشر ، سكوت براون "، بترجمة د • محمد رضوان •

٣٤) حتى لا تكون كلاً • د • عوض القرني •

٣٥) الجاذبية الشخصية • " أندرو دوبرين " •

٣٦) في أصول الحوار • الندوة العالمية للشباب الإسلامي •

٣٧) فنون الحوار والإقناع • محمد ديماس •

٣٨) صنعة العظماء د • على الحمادي •

٣٩) اعادة اختراع القيادة "وارين بينيس و روبيرت تاونسند"

٤٠) النظام كأفضل ما يكون • سوزان سلفر •

٤١) أسرار النجاح في تحقيق الجودة الإدارية الشاملة • حسين رده القرشي •

٤٢) الحياة لعبة علاقات ، " كن كراجن و جفرسون جراهام "

٤٣) خلاصات كتب المدير ورجل الأعمال ، إصدار شعاع ،

٤٤) مذكرة جمع التبرعات بواسطة المقابلات الشخصية ، الندوة العالمية جدة ،

٤٥) مذكرة خطة عمل لتنفيذ حملة بريدية ناجحة ، سمارت للحاسب الآلي ،

٤٦) مذكرة في مقدمة علم البرمجة اللغوية النفسية NLP ،

٤٧) مذكرة السبقية طريقك إلى النجاح ،

٤٨) مذكرة دورة مهارات الإتصالات ، البنك الأهلي التجاري ،

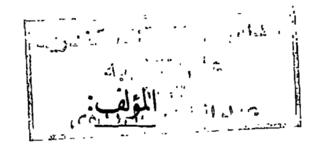
٤٩) مذكرة دورة فن جمع التبرعات ، د ، عصمت كلش ،

٥٠) مذكرة العلاقات والتسويق ، الندوة العالمية جدة ،

الفهرس:

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

وصلى الله على سيدنا محمد وآله أجمعين



كمال بن شعبان عبدالعال

الندوة العالمية للشباب الإسلامي

أهداف الكتاب

١ - الدعوة إلى مكارم الأخلاق عن طريق العلاقات الإجتماعية .

٢ - توضيح أهمية العلاقات العامة لكل فرد أو مؤسسة .

٣ - الدعوة إلى فنون الكسب والتأثير بصدق دون غش أو خداع .

٤ - الدعوة إلى التحلي بصفات القدوة الحسنة في التعامل مع الآخرين .

